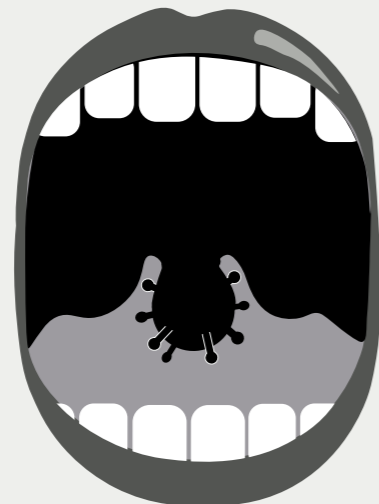
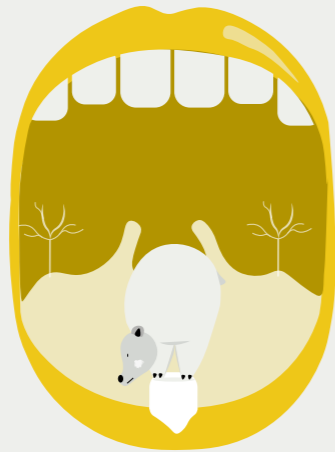


Guía didáctica
**PENSAMIENTO CRÍTICO
Y PREVENCIÓN DE DISCURSOS NEGACIONISTAS
ENTRE LA JUVENTUD**



Dirigida a:
Agentes educativos



Edita: **InteRed**

**GUÍA DIDÁCTICA.
PENSAMIENTO CRÍTICO
Y PREVENCIÓN DE DISCURSOS NEGACIONISTAS
ENTRE LA JUVENTUD.**

Coautoría: Tania Martínez Merlo y Amaia Herrero Oiárbabal.

Maquetación: Joly Navarro Rognoni

Ilustraciones: Joly Navarro Rognoni. www.jolylustra.com

Edición: InteRed

www.intered.org

Primera edición: Julio 2022

Fecha: Julio de 2022

ISBN: 978-84-121198-4-8

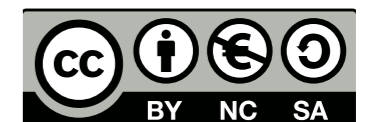
InteRed apuesta por una educación transformadora, que genere la participación activa y comprometida de todas las personas a favor de la justicia, la equidad de género y la sostenibilidad social y ambiental.

Esta publicación forma parte del proyecto “Por una ciudadanía global, crítica y activa, que transforme el actual modelo de desarrollo causante de la crisis sistémica y Covid-19”, financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). El contenido de dicha publicación es responsabilidad exclusiva de InteRed y no refleja necesariamente la opinión de la AECID.

Con la financiación de:



Licencia Creative Commons:



GRACIAS A:	6
01. INTRODUCCIÓN	8
02. CLAVES PARA LLEGAR A LA GENTE JOVEN	10
2.1 Fuera adultismo.	12
2.2 Manejamos las Redes sociales.	12
2.3 Conocemos y mencionamos a sus referentes.	14
2.4 Hablamos en su idioma.	14
2.5 Nos ponemos en su lugar.	15
2.6 Creamos un ambiente de confianza y seguridad. Hacemos grupo.	15
Actividades	16
03. PUNTO DE PARTIDA Y LLEGADA: JÓVENES CON PENSAMIENTO CRÍTICO Y CIUDADANÍA GLOBAL	20
Actividades	22
04. ¿CÓMO ACTUAR FRENTE A LOS NEGACIONISMOS?	24
4.1 Prepárate que llegan los negacionismos	25
4.2 ¿Qué son los discursos de odio y los negacionismos?	32
4.2.1 Discurso de odio	32
4.2.2 La fórmula de los discursos del odio.....	33
4.2.3 Principales discursos de odio	34
4.2.4 Negacionismo Definición	36
4.2.5 ¿Cómo se propagan estos discursos?.....	38
4.2.6 La polarización de las redes Sociales y el papel de las los influencers en la expansión de los negacionismos.	40
4.2.7 Elementos facilitadores del odio y el negacionismo on line	43
4.3 Hasta donde llega la libertad de expresión	46
Actividades	50
05. NEGACIONISMOS DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO	62
5.1 Desmontamos sus argumentos	64
5.1.1 Crean una teoría en torno a la “ideología” de género	65
5.1.2 Niega que las mujeres se encuentren en situación de discriminación con respecto a los hombres	70
5.1.3 Niega la violencia específica contra las mujeres	72
5.2 ¿Está calando en la juventud el discurso de la violencia de género	75
5.3 Principales bulos y negacionismos machistas	77
Actividades	82
06. NEGACIONISMOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO	86
6.1 ¿Cuáles son las causas y consecuencias del cambio climático y del calentamiento global?	88
6.2 Acciones personales y globales que puedes hacer para frenar el cambio climático.	92
6.3 ¿Quién se beneficia del cambio climático?	94
6.4 Ejemplos de negacionismo de Cambio Climático	95
Actividades	98
07. NEGACIONISMOS DEL COVID - 19	100
7.1 Infodemia	100
7.2 ¿Quién se beneficia del negacionismos del COVID - 19?	102
7.3 Ejemplos de negaciosnimos del COVID-19	103
08. ANIMAMOS AL ACTIVISMO JÓVEN	104
8.1 ¿Qué podemos hacer? Tipos de activismo	105
8.1.1 Activismo de calle	105
8.1.2 Ciberactivismo	106
8.2 Referentes feministas y de lucha contra el cambio climático	109
8.3 Buenas prácticas	113
Actividades	114
09. CIERRE	118
10. ANEXOS	120



AMAIA

Gracias a InteRed por haber confiado en mí para la realización de esta guía y en especial a Tania Merlo que ha sido una "compañera de viaje" imprescindible.



Gracias a todas las personas que día a día ponen su granito de arena para romper con los negacionismos y en especial a las feministas por su trabajo incansable a pesar de las consecuencias que conlleva en su vida personal y profesional.



Muchas gracias a Amaia, por toda la sabiduría acumulada y compartida.

Mil gracias a Joly, por su gran paciencia y por su toque artístico, que nos invita a seguir página tras página.

Muchas gracias a Elena Alfageme por su acompañamiento permanente, su amplia visión y sus grandes aportes.

Gracias a todas las personas que nos han apoyado en la elaboración de esta guía, y especialmente a Willy Aguado. Y también a las que me habéis dado inspiración con vuestros trabajos previos: María Monjas Carro, Teresa Pineda e Isa Duque.



Gracias a las mujeres activistas de mi barrio y de mi vida que me acompañan.

Gracias a todas las personas que trabajan en educación con personas jóvenes y que nos han compartido las dificultades que se encuentran día a día cuando ponen sobre la mesa cuestiones tan importantes como las violencias machistas y el cambio climático. Y que siguen, día a día, educando para un mundo mejor.



INTRODUCCIÓN

InteRed es una ONGD promovida por la Institución Teresiana que apuesta por una educación transformadora, que genere la participación activa y comprometida de todas las personas a favor de la justicia, la equidad de género y la sostenibilidad social y ambiental.

Desde ese posicionamiento, tenemos claro que la gran adherencia de las creencias adscritas en el imaginario social para perpetuar y legitimar las violencias machistas, requiere llegar a las raíces y causas estructurales de las mismas, y pasan por frenar la vuelta atrás que están promoviendo los discursos de odio y los argumentos negacionistas que se están extendiendo en estos días. Nos posicionamos, además, desde el ecofeminismo, ante los lobbies y grandes poderes políticos y económicos que pretenden banalizar la importancia de la lucha y de las medidas concretas que se proponen para luchar contra el cambio climático.

Apostamos por una metodología activa y participativa, que permite la construcción colectiva del conocimiento, la reflexión, el compromiso y la movilización, teniendo en cuenta la Agenda 2030 y sus 17 ODS. Desde la Fundación InteRed, llevamos 30 años apostando por la igualdad de género y la Coeducación, y hemos realizado diferentes campañas. La última, Toca Igualdad, que trabaja para la prevención de las violencias machistas.

Vivimos tiempos en los que vemos con preocupación un resurgir de planteamientos basados en el odio a determinadas personas (migrantes, pertenecientes al colectivo LGTBIQA+, mujeres feministas...) y la negación de realidades obvias como la violencia de género o el cambio climático.

Los discursos de odio y negacionistas no son fenómenos nuevos. Durante toda nuestra historia han aparecido discursos de este tipo ante contextos de crisis social relacionada con guerras, crisis económicas, pandemias.... Además, han estado, y están, relacionados con la expansión del autoritarismo, el militarismo, el racismo o el extremismo religioso. Sin embargo, ahora nos encontramos con que tienen muchísima más difusión, en parte por la existencia de internet y las redes sociales, pero también, por su legitimidad pública, dada su presencia en ámbitos parlamentarios y mediáticos.

Ante esta situación, resulta imprescindible dotarnos de nuevos marcos para desmontar y frenar el avance de este tipo de mensajes, perjudiciales para cualquier so-

ciudad que aspire a ser igualitaria y a garantizar los derechos humanos de las personas sin discriminación de ningún tipo.

El objetivo de esta guía es facilitar herramientas y recursos a educadores y educadoras para que puedan trabajar estos temas con la juventud. Es fundamental que tomen conciencia de las realidades y complejidades de su entorno, para que no reproduzcan discursos de odio y negacionistas, y para que se animen a actuar frente a las discriminaciones e injusticias sociales. Tratamos de apoyar a educadoras y educadores en la promoción del pensamiento crítico entre la juventud, y proponemos que inviten a la llamada "generación z", a pasar a la acción desde el activismo.

Al mismo tiempo, hemos pretendido aportar herramientas, útiles para todas y todos, que nos permitan confrontar en nuestra cotidianidad, los discursos de odio y los argumentos negacionistas, que en muchas ocasiones generan conflicto en nuestro entorno, y otras tantas, bloquean nuestras acciones pedagógicas.

Esta guía complementa el trabajo que durante años InteRed viene desarrollando en el marco de la prevención de las violencias machistas, del ecofeminismo, de la pedagogía de los cuidados y de la educación transformadora, con propuestas educativas tan potentes como "Jóvenes Actuando con Cuidados. Guía para la movilización de jóvenes", "Guía para la movilización social", "Sal a la vida", la exposición, guía didáctica y materiales de la campaña Toca Igualdad, y un sinfín de recursos que promueven la Educación para el Desarrollo y una ciudadanía global.



02

CLAVES PARA LLEGAR A LA GENTE JÓVEN

Esta guía ha sido pensada para personas que trabajan con jóvenes en diferentes ámbitos, y especialmente en el ámbito de la educación no formal. Puesto que la propuesta pretende abordar con la juventud temas que resultan muy sensibles, en ocasiones polémicos, y que se adentran en entornos íntimos, viscerales y de la identidad de las personas, resulta de especial importancia tener en cuenta determinadas estrategias para acercarse a la “generación Z” y lograr tener un impacto real.

Se busca alcanzar una cercanía y un ambiente de confianza suficiente que nos permita hablar sobre machismos, racismos, violencias y posicionamientos ante temas claves de nuestra actualidad. La idea es hacerlo desde la empatía, y utilizar diversas estrategias para favorecer la motivación de las y los jóvenes de manera que participen y se impliquen en nuestras sesiones, y sean conscientes de que todas las personas somos necesarias para conseguir una sociedad más justa e igualitaria.



2.1. Fuera adultismo



¿Qué es el Adultismo? considerar la experiencia adulta siempre y automáticamente más valiosa que la de las personas jóvenes.

Lo primero que tenemos que hacer a la hora de dirigirnos a las personas jóvenes es dejar a un lado las posiciones de falsa superioridad que podamos considerar que nos proporciona el hecho de tener más edad. Es necesario dar valor a los distintos puntos de vista que pueden aportar las y los jóvenes.

2.2. Manejar las Redes Sociales

Debemos tratar de entender desde dónde se posicionan las y los jóvenes, cuál está siendo su experiencia de vida y qué factores están interviniendo. Para ello hemos de conocer sus formas y espacios de socialización, tanto en la vida real como en la virtual (redes sociales).

La existencia de una brecha generacional no es un fenómeno nuevo, si bien es verdad que en nuestros días puede que la vivamos con más intensidad debido a la revolución tecnológica que ha supuesto la expansión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS). Lo que para la juventud es un espacio natural y atractivo, para las personas de más edad puede resultar un ámbito artificial, poco fiable, que les es ajeno y donde no se mueven con facilidad. Todo ello suele provocar cierto rechazo y generar prejuicios sobre las Redes Sociales, que alejan nuestro discurso de este entorno.

Sin embargo, teniendo en cuenta que las personas jóvenes de entre 16 y 29 años, pasan una media de entre 2 y 3 horas al día conectadas a las redes sociales, y otras tantas conectadas a mensajería instantánea y otros servicios de Internet, lo más fácil, para lograr atraer su atención y que nuestras propuestas y discursos sean acogidos con interés, es hablarles desde las propias redes sociales y desde los entornos digitales.

Además, proponemos que esta sobrecarga de pantallas se compense con un uso informado y crítico de internet, y con actividades participativas, de diálogo y reflexión, que no utilicen las redes, así como con dinámicas en las que se fomente la expresión corporal y se trabaje a través del cuerpo y las emociones.

Es necesario que demos importancia a sus opiniones, que tomemos en cuenta sus fuentes y sus experiencias.

NOS SITÚAMOS COMO IGUALES

RECUERDA

Es recomendable utilizar las propias redes sociales, los formatos de los entornos digitales y todo tipo de recursos TIC, para crear materiales y propuestas didácticas y para proponer actividades y ejemplos.



2.3. Conocemos y mencionamos a sus referentes

No sé si conocéis a “La Psicowoman”. En una de sus conferencias, habló sobre cómo ella, para trabajar sobre los mitos del amor romántico, utilizaba el análisis de los personajes del programa “La isla de las Tentaciones”. Nada más abrir la sesión decía que iban a hablar del programa, y así lograba captar la atención de todo el grupo. Además, el programa brindaba material de sobra para desmontar todos los mitos que ella quería trabajar. Este es un ejemplo de cómo, hablar a la gente joven desde sus propios referentes, nos acerca más a su mundo y a sus intereses, y hace que nuestro mensaje llegue más fácilmente.

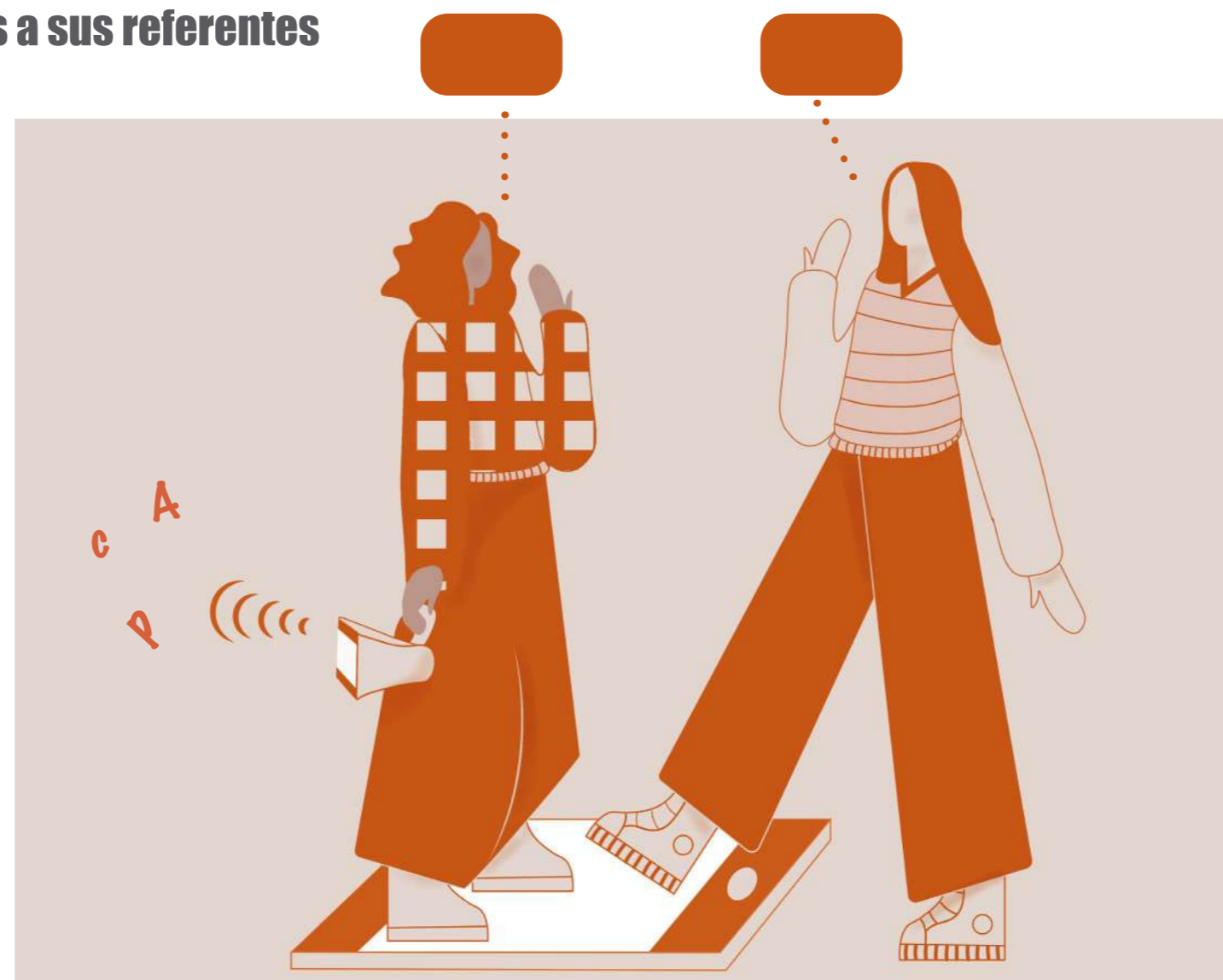
Evidentemente, no todas las personas jóvenes son iguales, ni tienen los mismos referentes, cada contexto tiene los suyos y está en manos de cada educadora/or detectar que personajes, más o menos públicos, están influyendo en sus grupos y aprovecharlos de forma educativa, respetando y atendiendo las diferencias individuales que hay también dentro de cada grupo. Encontramos referentes en el mundo de la moda, del deporte, de la música, de la televisión, del cine, y también en las propias redes sociales, influencers, youtubers, e incluso en los videojuegos.

ACTIVIDAD 1 Ver pag 17.

¿QUIÉNES SON TOP TOP?

2.4. Hablamos su idioma

Utilizar su vocabulario y su manera de hablar, en lugar de utilizar términos demasiado teóricos o sofisticados nos va a ayudar a acercarnos a las personas jóvenes con las que trabajamos, de manera que nuestro mensaje llegue mejor y pueda calar.



Aprovecha las figuras y referentes que puedan ser comunes en tu grupo de jóvenes y crea en torno a ellos/as, actividades, debates, proyectos de investigación sobre las temáticas que quieres abordar.

Lo que se dice aquí, queda aquí.

2.6. Creamos un ambiente de confianza y seguridad. Hacemos grupo

El reto es conseguir crear un espacio en el que las personas jóvenes sientan que están seguras y puedan tener la confianza necesaria para expresar sus pensamientos, dudas, necesidades... sin que vayan a ser juzgadas.

Es muy importante fomentar y trabajar la cohesión y confianza del grupo, de manera que cada persona cuente con la seguridad de que lo que se comente en el grupo se va a quedar allí, y no se va a utilizar en otro espacio que no sea ese. Hay muchas dinámicas que favorecen esa cohesión grupal, y lo interesante es realizarlas al inicio, para crear vínculos y seguir aplicándolas de forma intercalada con el programa que aquí presentamos. El objetivo de “hacer grupo” es más fácil conseguirlo con actividades más corporales y emocionales, las cuales recomendamos combinar con otras propuestas más sesudas y de reflexión que se proponen en la guía.

2.5. Nos ponemos en su lugar

Tenemos que ser capaces de ponernos en su lugar. En nuestra juventud vivimos las mismas situaciones en nuestras familias. Seguramente nuestra forma de vestir, la música que escuchábamos, los lugares a los que íbamos con nuestras amistades, la forma en la que hablábamos, etc.... tampoco eran del agrado de las personas adultas con las que convivíamos. En nuestra época adolescente también oíamos comentarios del tipo de “la gente joven ha perdido el respeto”, “no tienen valores”, “yo a su edad ya estaba trabajando”, “era mucho más responsable”,....

Como se ha comentado con anterioridad, la empatía es una herramienta de gran eficacia, cuando hablemos con la gente joven sobre sus experiencias nos será de gran ayuda hablar de las nuestras cuando teníamos su edad, pero buscando similitudes, no diferencias. Es interesante poner ejemplos de nuestras propias vidas.

Si tú cuentas cosas de ti, ellos/as tendrán más facilidad para sincerarse y profundizar en ciertos temas. GENERA EMPATÍA



ACTIVIDAD 2

Ver pag 18.

COMO NOS VEMOS,
COMO NOS VEN

ACTIVIDAD 3

Ver pag 19.

ESTATUA EMOCIONAL

OTROS RECURSOS PARA LEER, VER Y PROFUNDIZAR:

- LECTURA: [Palabras para que no te digan OK, Boomer.](#)
- LECTURA: [Acercarse a la generación Z.](#) Isa Duque.

VOCABULARIO BÁSICO:

MOOD (estado de ánimo en inglés) = para expresar el estado de ánimo en el que nos encontramos; estoy en un mood triste/feliz...

STALKER (acosador/a en inglés) = cotilla, cotillear. Por ejemplo, cuando una persona entra en el perfil de Instagram de alguien y ve todas sus fotos.

CRUSH (flechazo, enamoramiento en inglés) = Tengo un crush con... Enamoramiento o amor platónico, aunque no siempre tiene que referirse a un enamoramiento imposible.

SHIPPEO (viene de la palabra inglesa relationship) = se refiere a la búsqueda de posibles parejas amorosas dentro de una serie, película, cómic o concurso. Por ejemplo; 'Aiteda' el 'shippeo' de Aitana y Cepeda, ambos concursantes de Operación Triunfo y con pareja fuera.

CRINGE (sentir vergüenza ajena) = dar cringe quiere decir que alguien te da grima, vergüenza ajena.

GOALS (metas en inglés) = parejas goals, parejas supuestamente perfectas. Muestran su felicidad en las redes sociales y se convierten en ejemplo e inspiración para el resto porque, aparentemente, su relación es idílica.

(siempre en ampliación ;)
Puedes ver este [tiktok](#) sobre el tema

1. ¿QUIÉNES SON TOP-TOP?

● Objetivos:

Analizar referentes virtuales del grupo y analizar posibles discursos de odio o negacionista presentes en sus redes.

● Recursos necesarios:

Ordenador, proyector, pantalla y conexión a internet.

● Desarrollo:

Nos organizamos en grupos y les pedimos que hagan una lista de las redes sociales que manejan habitualmente y de las personas a las que más siguen en cada red.

Hacemos una puesta en común para que cada grupo dé sus listas. Las anotamos en la pizarra y les pedimos que expliquen por qué les gustan esas redes y también las personas a las que siguen.

Debajo de cada Red Social y personas vamos apuntando las palabras clave que van diciendo.

A continuación, entramos en los perfiles de esos/as influencers y vamos viendo el contenido que comparten. Este es el momento en el que la educadora/or debe ir detectando contenidos que promueven el odio, la discriminación de determinadas personas, sexismo, antifeminismo o discursos negacionistas y plantearlo al grupo.



2 - 3 HORAS

Se puede realizar la actividad en dos días, de manera que la educadora/or tenga tiempo de analizar los contenidos y llevar ejemplos preparados el segundo día.

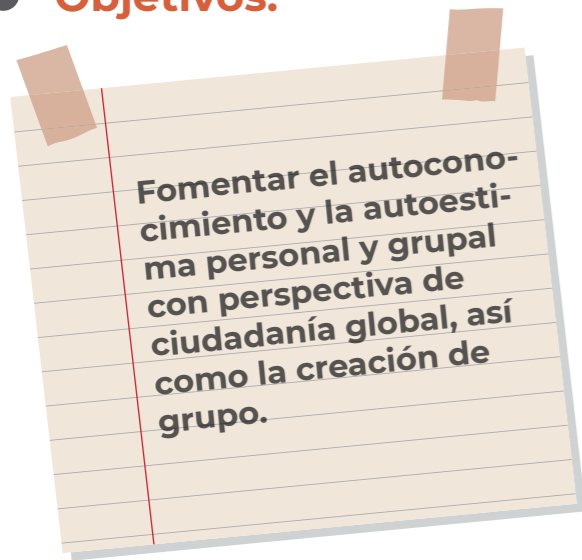
Fuentes:

Elaboración propia.

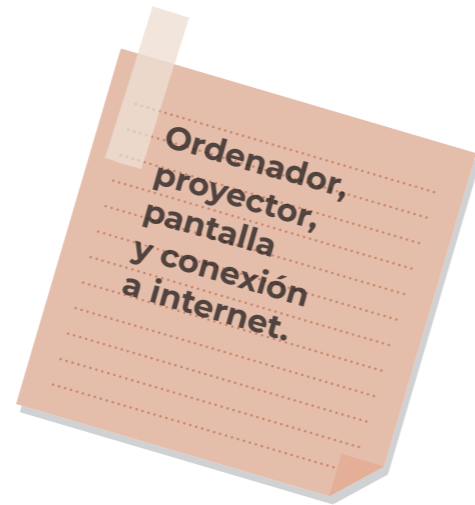


2. CÓMO NOS VEMOS, CÓMO NOS VEN

● **Objetivos:**



● **Recursos necesarios:**



● **Desarrollo:**

Repartimos a cada persona tres notas adhesivas y pedimos que cada persona escriba, con letra grande y clara, entre tres y seis cualidades y/o habilidades que piense que existen entre las personas del grupo. Al mismo tiempo, se pedirá que hagan una nota privada, en la que anoten sus propias cualidades.

Con música, pedimos al grupo que camine por el espacio durante 5-8 minutos y vaya pegando las notas en la espalda de las personas asignándoles cualidades. Si aún queda tiempo, se pueden seguir escribiendo notas para repartir entre todo el grupo. Es importante dar la consigna "Que nadie se quede sin nota, todas y todos tenemos cualidades".

Cuando pare la música, cada persona recogerá sus notas, y podrá leer y comprobar los atributos asignados por sus compañeras y compañeros. Pondremos otros 3-5 minutos la música, pidiendo que cada persona exprese con el cuerpo como se siente ahora.

Por último, comentaremos cómo nos hemos sentido con el juego, si hemos encontrado muchas diferencias o no entre lo que nos dicen las demás personas y lo que cada persona piensa de sí misma, etc. Pediremos que se guarden las notas como un tesoro a cuidar.



20 / 30 MINUTOS

Fuentes: Elaboración propia.

3. ESTATUA EMOCIONAL



● **Objetivos:**

Fomentar la cohesión grupal y la confianza. Esta dinámica, y otras variantes que puedan surgir, es muy interesante tanto para abrir sesión, como para cambiar el ritmo entre propuesta y propuesta.

● **Recursos necesarios:** un espacio amplio.

● **Desarrollo:**

Se trata de calentar por el espacio, mirando a los ojos de la gente con la que nos cruzamos, iremos dando palmadas asociadas a consignas: a la palmada ocupamos todo el espacio; a la palmada ponemos postura de estar alegres; a la palmada ponemos postura de estar tristes; a la palmada ponemos postura de poder; a la palmada ponemos postura de sumisión, etc.



10 / 15 MINUTOS

Fuentes: [Toca Igualdad. Guía para la movilización social.](#)
[InteRed.](#)



03

PUNTO DE PARTIDA Y LLEGADA:

Jóvenes con pensamiento crítico y Ciudadanía Global.

A través de una educación transformadora, desde InteRed apostamos por construir una ciudadanía global crítica, responsable y comprometida, a nivel personal y colectivo, con la transformación de la realidad local y global para construir un mundo más justo, más equitativo y más respetuoso con la diversidad y con el medio ambiente, en el que todas las personas podamos desarrollarnos libre y satisfactoriamente.

Nos encontramos ante un nuevo desafío de la educación: ya no es suficiente mirar el contexto sociocultural desde una educación transformadora, es necesario incorporar, a los procesos educativos, una visión del mundo global y preparar al alumnado para actuar con la responsabilidad y el compromiso que implica la ciudadanía global en su vida cotidiana.

Proponemos la siguiente actividad para empezar a trabajar con nuestros grupos desde una mirada de Ciudadanía Global. Y si queremos seguir profundizando en este sentido, InteRed cuenta con muchos materiales para ello en su [web](#).



4. ¿QUÉ TIENEN EN COMÚN UNA NARANJA, UN BALÓN DE FÚTBOL Y EL PLANETA TIERRA?

Objetivos:

Favorecer el pensamiento crítico a partir de identificar las conexiones entre nuestra manera de vivir y cómo afecta a la naturaleza y a la vida de otras personas a nivel global.

Recursos necesarios:

Video [¿Qué tienen en común una naranja, un balón de fútbol y el planeta Tierra?](#).

Proyector, pantalla o pizarra digital.

Desarrollo:

Paso 1: Proyectamos el vídeo. Mientras lo visualizan repartimos tres tarjetas, utilizando esta rutina de «pienso» / «siento» / «me pregunto» y pedimos que el alumnado escriba sus opiniones, preguntas y sentimientos sobre este vídeo.

Paso 2: Debate sobre lo recogido en las tarjetas. Animamos el debate con algunas preguntas genéricas como las siguientes: ¿Cómo son las relaciones entre personas y naturaleza en el sistema mundo en el que vivimos? ¿Qué papel jugamos cada una/o de nosotras/os en este sistema? ¿De quién es la culpa de lo que está sucediendo? ¿Es tuya? ¿Qué soluciones se proponen? ¿Conocías la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible? ¿Cómo puedes contribuir a alcanzar cada ODS?



1,5 HORAS

Puedes encontrar más actividades sobre esta temática en la guía didáctica [“Sal a la vida. Transforma el mundo”](#), de InteRed.



OTROS RECURSOS PARA LEER, VER Y PROFUNDIZAR

Vídeo: [Ciudadanía global para transformar nuestro mundo](#)

Vídeo: [Cooperación o muerte](#)

Vídeo: [La historia de las cosas](#)



04

¿CÓMO ACTUAR FRENTE A LOS NEGACIONISMOS?

4.1.

PREPÁRATE QUE YA LLEGAN LOS NEGACIONISMOS.

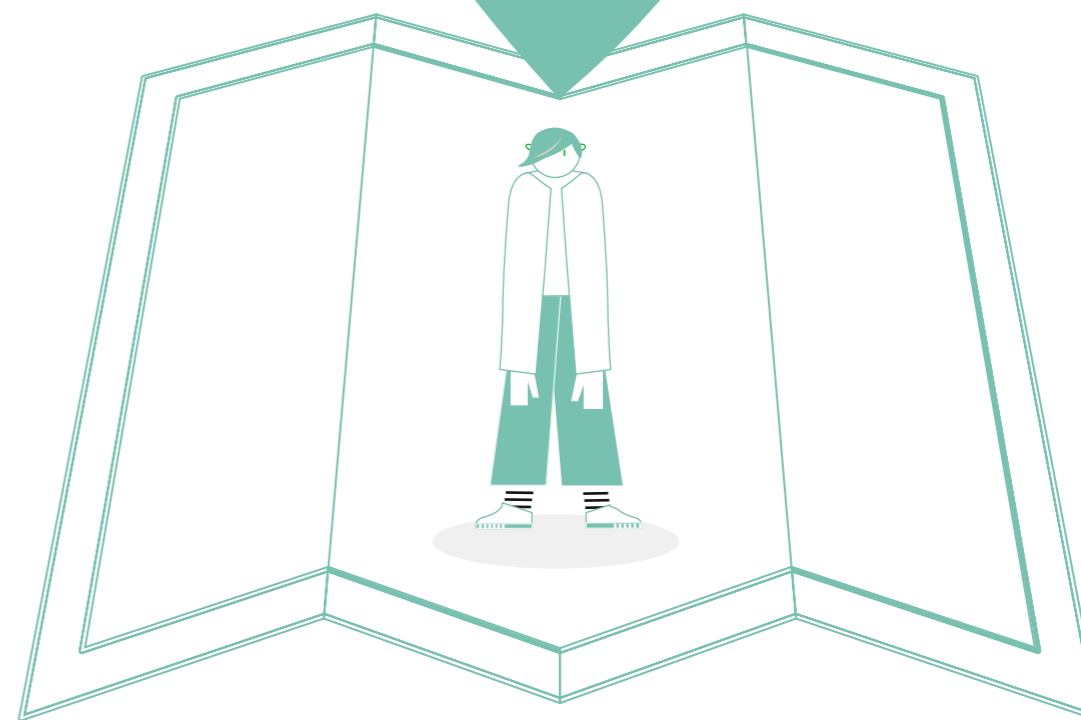
Pautas y estrategias para un diálogo eficaz ante los discursos negacionistas¹.

¹. A lo largo de esta publicación hablaremos de discursos o de argumentos negacionistas, así como de personas que reproducen o difunden dichos discursos. Aunque se utiliza muy frecuentemente, hemos tratado de huir de los términos “los/as negacionistas” o “personas negacionistas”, puesto que consideramos que esto puede suponer colgar etiquetas que favorecerían el propio enfrentamiento que promueven estos discursos, y contribuir a ese erróneo posicionamiento de un “nosotros/as frente a los/as otros/as”.

CLAVE 1. ¿ES EL MOMENTO Y EL LUGAR?

EN ESTE MOMENTO

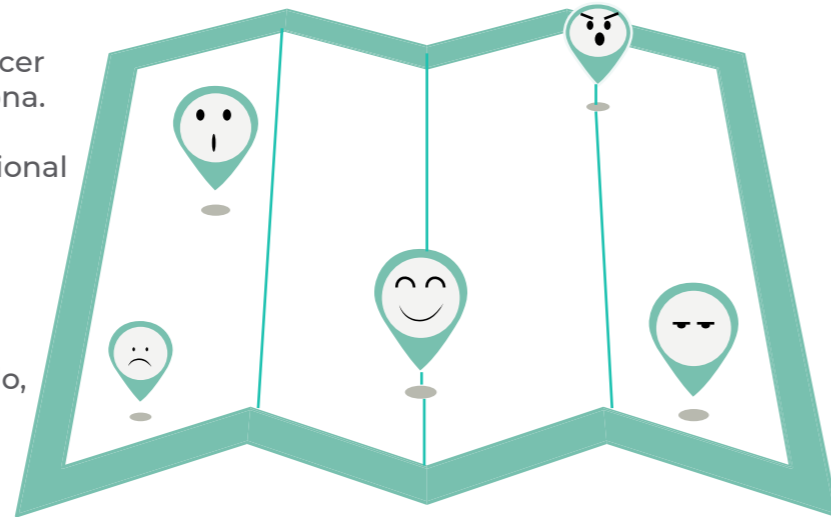
- ¿Puedo dialogar con tranquilidad?
- ¿Tengo los recursos necesarios? ¿Es el lugar adecuado?
- ¿Hablo con todo el grupo? ¿En un momento aparte?
- ¿En qué momento se encuentra la otra persona? (alterada, enfadada, cansada, receptiva)



Si no se dan las condiciones, lo decimos, le explicamos el por qué y proponemos dejar la conversación para otro momento, concretando siempre cuándo.

CLAVE 2. CON RESPETO

- Valora a la otra persona.
- Intenta entender y reconocer la realidad de la otra persona.
- Identifica su estado emocional (miedo, enfado, ...)
- Escucha sus argumentos, y más allá.
- Usa un tono de voz relajado, sin ironías y mostrando verdadero interés.
- Evita acusaciones.
- Evita ataques personales.



CLAVE 3. DESDE LA ESCUHA

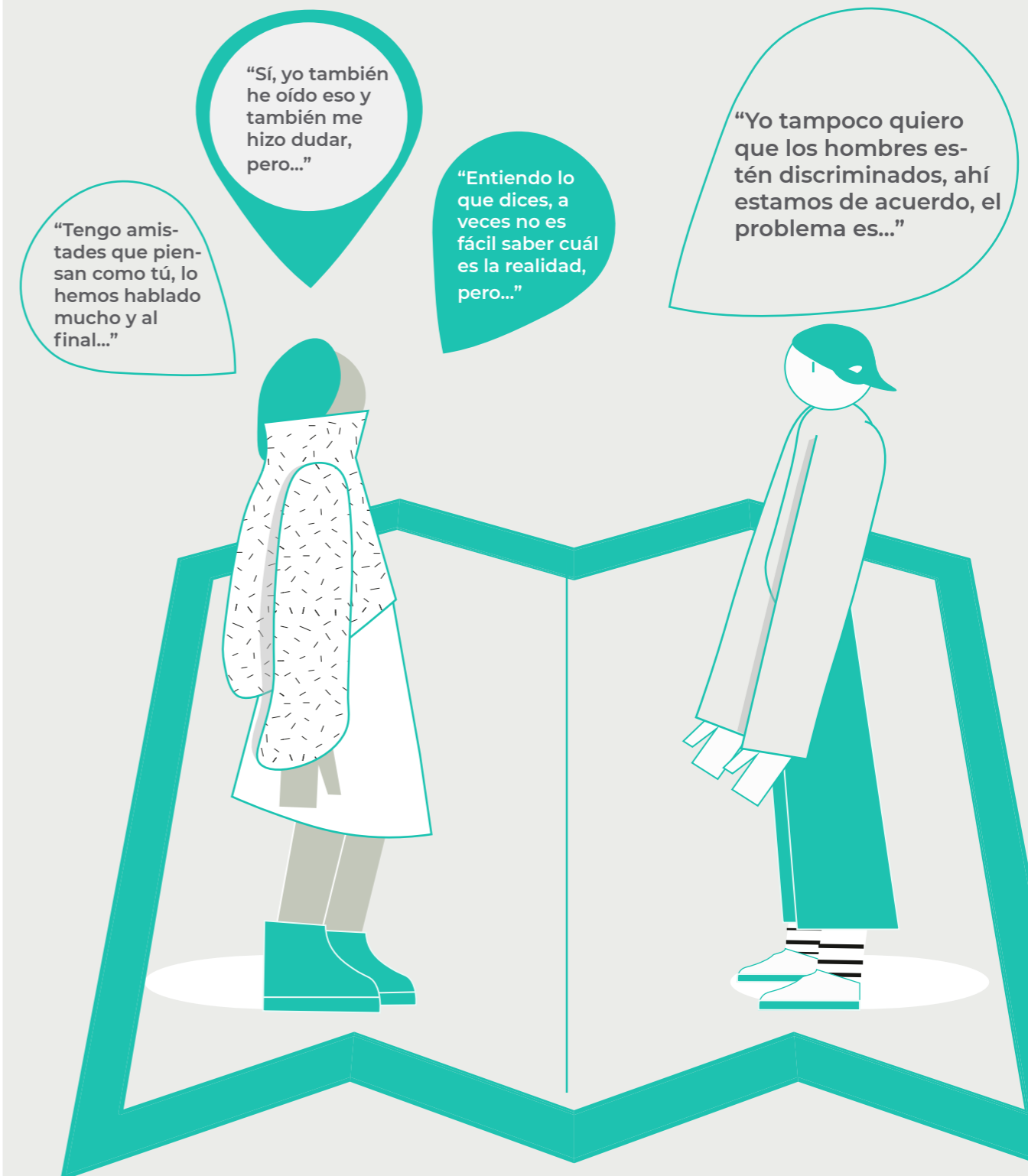
Escucha sus argumentos: aunque no nos guste lo que oigamos, la otra persona tiene derecho a expresar su opinión.

LEEMOS ENTRE LÍNEAS:

¿A qué tiene miedo?, ¿qué le ha ocurrido para pensar lo que piensa?, ¿dónde ha oído esos argumentos?... Puede que esa persona o alguien de su entorno haya vivido una situación problemática relacionada con la realidad que niega. Por ejemplo, un divorcio complicado que le haya llevado a pensar que la justicia siempre da la razón a las mujeres, que discrimina a los hombres y ellos siempre salen perjudicados.

CLAVE 4. PUNTO DE ACUERDO Y EMPATÍA

Alinéate con sus creencias previas encontrando un elemento de acuerdo (no tiene por qué ser real):



DESDE ESE ACUERDO, TRATA DE MODERAR SUS ARGUMENTOS

CLAVE 5. LA ILUSIÓN DEL ENTENDIMIENTO

En realidad, la gente sabe mucho menos de lo que pensamos o de lo que parece sobre las causas en las que se basan sus juicios más polarizados. Dejemos que caigan en sus propias contradicciones para dejar en evidencia su propio discurso, esto nos llevará a posiciones más moderadas.

- Pregunta sobre el proceso lógico de su discurso: será fácil que caiga en contradicciones.
- Pregunta sobre cada planteamiento expuesto.
- Evita tonos irónicos.
- Contraargumenta con seguridad y confianza en nuestras posiciones.

Como personas adultas, educadoras, además, somos expertas en nuestro ámbito de trabajo. Contamos con más conocimientos y experiencia que el alumnado sobre los temas que trabajamos, esto es algo que debemos tener siempre presente, pero no podemos utilizarlo como un ataque, ni situarnos en una posición de poder, porque actuará en nuestra contra a la hora de contraargumentar y de establecer una relación de confianza.

CLAVE 6. VISIBILIZA EL ENGAÑO

- Falsos expertos/as.
- Selección interesada de los datos falta de fuentes.
- Haz preguntas.
- Anima a la otra persona a buscar información.
- Pon en duda las generalizaciones.
- Consensuamos qué fuentes son legítimas (organismos oficiales a nivel estatal, mundial).

¿Por qué consideras más fiable esa fuente, informe, persona experta?, ¿no podría ser que esa persona u organización también tenga sus propios intereses para hacer esas afirmaciones?



CLAVE 7: NO TODO VALE

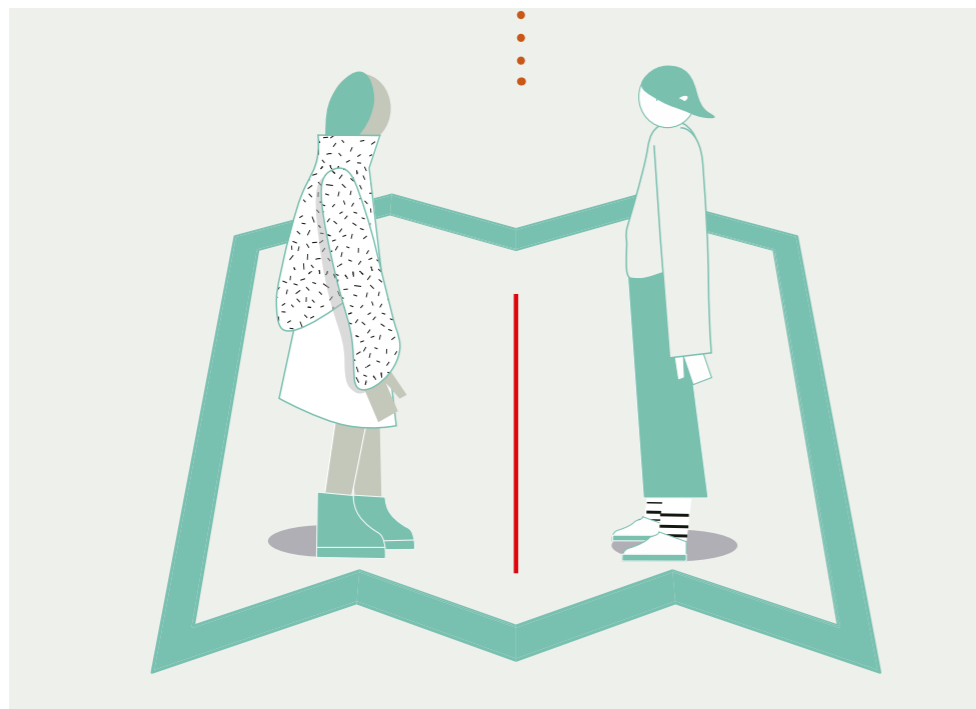
No vamos a tolerar argumentos que ataquen los derechos humanos, que estén basados en el odio, la violencia, etc....Si el debate va por ese camino, si la persona no respeta a otras, si insulta, si grita, se lo dejamos claro y cerramos el diálogo hasta que recapacite.

- "Nuestra opinión también merece respeto."

- "Lo que tú dices y cómo lo dices me afecta"

- "Quizás no eres consciente pero estos comentarios a mí también me duelen y enfadan. Te pediría que no lo hicieras conmigo presente."

"LOS DERECHOS HUMANOS NO SE DISCUTEN."



NO DEJES QUE UNA SOLA PERSONA MONOPOLICE LAS INTERVENCIONES
BUSCA EN LOS DEMÁS APOYOS A NUESTROS ARGUMENTOS.

CLAVE 8: MANTENEMOS LA CALMA

Si no podemos controlarnos, cerramos la conversación y buscamos otro momento. "Vamos a dejarlo aquí, lo pensamos un poco y el próximo día lo comentamos, ¿te parece?"

Usa técnicas para rebajar la tensión:

- Buscar complicidad desde otro tema
- Utilizar el humor
- Buscar puntos de encuentro
- "Está claro que, de momento, no nos ponemos de acuerdo. Igual es que somos muy cabezotas y necesitamos pensarlo con más calma"
- "Yo pensaba que era la persona más testaruda del mundo, pero igual no, ¿eh?"
- "¡Oye, tú serías bueno/a para la política porque me estás enredando que no veas!"

CLAVE 9: ENTRENAMIENTO

Cuanto más tengamos nuestro discurso y estrategias trabajados, más fácil nos resultará rebatir y tratar de convencer utilizando las herramientas que hemos visto con anterioridad (calma, escucha, respeto, punto de acuerdo...).

Oiremos los mismos mecanismos negacionistas una y otra vez y esto tiene la ventaja de que podemos preparar nuestros argumentos con antelación.

Poco a poco vamos identificando qué es eficaz y qué no, según el colectivo o personas con las que tengamos que trabajar.



4.2.

¿QUÉ SON LOS DISCURSOS DE ODIO Y LOS NEGACIONISMOS?

4.2.1. Discursos de odio

Según la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia, los discursos de odio se definen como: “Fomento, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones por razones de raza, color, ascendencia, origen nacional o étnico, edad, discapacidad, lengua, religión o creencias, sexo, género, identidad de género, orientación sexual y otras características o condiciones personales”. Los discursos de odio se basan en prejuicios socialmente aceptados que actúan frente a la idea del otro/a que no cumple con las normas establecidas en su concepción del mundo. Por ello se rechaza la diversidad, la diferencia o la disidencia.

- Construyen una imagen simplificada, exagerada y distorsionada de las personas objeto del odio.
- Muy frecuentemente se dirigen hacia personas y/o colectivos que no forman parte del poder o del status quo.
- A través de la figura del enemigo o de la enemiga se busca un consenso social en negativo. Los discursos de odio buscan la adhesión social evitando el razonamiento. El odio compartido proporciona la ilusión de unanimidad.

ACTIVIDAD 5
Ver pag 50:

DIANA DE LOS PREJUICIOS



4.2.2. LA FÓRMULA DE LOS DISCURSOS DE ODIO



CREACIÓN DEL ENEMIGO/A

De quien hay que defenderse. Esta figura representará lo diferente, la amenaza. “Ellas o ellos no son como nosotras/os”.



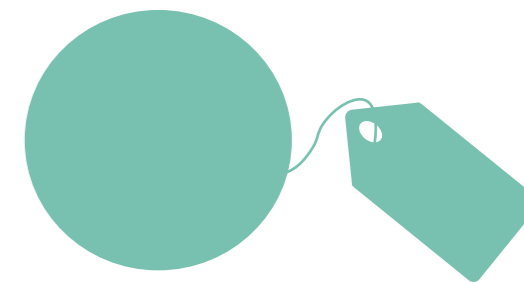
GENERALIZACIÓN

“todas las personas de Latinoamérica son machistas”; “las y los musulmanes son extremistas religiosos”;...



DESHUMANIZACIÓN

Si no se les considera personas, iguales, es mucho más fácil justificar la discriminación y la violencia contra esas personas. Para ello es frecuente que utilicen nombres de animales de forma despectiva tales como ratas, perros, sanguijuelas, etc.



CREACIÓN DE ESTEREOTIPOS Y PREJUICIOS

“Las personas gitanas no quieren trabajar”; “las personas homosexuales son promiscuas”; “las feministas odian a los hombres”; “las personas migrantes vienen a robar”;...



MIEDO

Miedo a que las personas inmigrantes quiten el trabajo a las autóctonas, a que nos impongan su religión, a que las personas homosexuales destruyan el modelo de familia tradicional, ...



4.2.3. PRINCIPALES DISCURSOS DE ODIO

- **ANTIGITANISMO:** es una forma de racismo dirigido a las personas gitanas.

- **APOROFOBIA:** rechazo de las personas sin recursos o sin hogar.

- **ISLAMOFOBIA:** prejuicio contra, odio hacia o miedo al Islam o las personas musulmanas.

- **LGTBIQfobia:** rechazo a las personas lesbianas, gais, transexuales, bisexuales, intersexuales, queers y otras orientaciones e identidades.

- **XENOFOBIA:** prejuicio contra, odio hacia o miedo a personas de otros países o culturas.

- **RACISMO:** tipo de discriminación, aquella que se produce cuando una persona o grupo de personas siente odio hacia otras o se siente superior por tener características o cualidades distintas, como el color de piel, idioma, lugar de nacimiento, religión... A diferencia de la xenofobia, el racismo no tiene por qué basarse en la procedencia de las personas. Por ejemplo, cuando se discrimina a una persona no blanca que ha nacido en nuestro mismo país.

- **SEXISMO:** discriminación de las personas por razón de sexo. Como consecuencia de la desigual relación de poder entre hombres y mujeres en la sociedad, la forma más común de sexismo es la misoginia, el rechazo, odio o discriminación hacia las mujeres. El sexismo representa una visión del mundo en el que las mujeres son desvalorizadas a favor de los hombres.

- **MACHISMO:** representa la puesta en práctica del pensamiento sexista. Se trata de actitudes, acciones y discursos en los que los hombres son quienes detentan el poder y las mujeres son las subordinadas.

- **GORDOFOBIA:** El concepto de gordofobia sirve para designar un sesgo automático y normalmente inconsciente que lleva a discriminar y minusvalorar a las personas con sobrepeso, especialmente si esas personas son mujeres.

EJEMPLOS DE DISCURSOS DE ODIO:

Participante 1

P1 Yo los tiraba al mar Comida para peces

Participante 2

P2 Recordad que son unos campeones, que son los mejores, que les aplaudimos por venir a este país saltado una valla

Participante 1

P1 Yo habría la llave del gas y los despiojaba

Participante 2

P2 Es mejor la lapidación... gran invento

Fuente: [Cadena Ser](#)

Quiero informar a todos los gitanos/rumanos.. Los radares de la DGT, tienen 2 kilos de cobre. Ahí lo dejo

Wall Street Wolverine @wallstwolverine

¿Sabéis que privilegio creo que tenemos los hombres sobre las mujeres? Uno biológico y bastante importante: Estabilidad hormonal.

12:36 p. m. · 18 de febr. de 2019 · Twitter for iPhone

62 Retuits · 422 Agradaments

ACTIVIDAD 6
Ver pag 52.

MAPA DE EMPATÍA



4.2.4. EL NEGACIONISMO - DEFINICIÓN:

Encontramos, como definición más extendida del negacionismo, aquella que propuso el autor Paul O'Shea, quien indica que se trata del rechazo a aceptar una realidad empíricamente verificable. Los negacionismos o discursos negacionistas se basan en interpretaciones personales o grupales totalmente subjetivas, aunque en muchas ocasiones, se disfrazan de científicas y objetivas.

Con mucha frecuencia estos discursos se convierten en grupales, dada la facilidad de transmisión y adherencia en situaciones de crisis. Esto ocurre, por ejemplo, cuando todo un segmento de la sociedad, a menudo luchando con el trauma de un cambio, da la espalda a la realidad en favor de una mentira más confortable. Ese cambio puede ser la pérdida de privilegios de una parte de la población, como el caso de los hombres, ante los avances relacionados con la igualdad de género, es el caso de los negacionismos de las violencias machistas; o bien las resistencias que ciertos grandes poderes económicos manifiestan ante el cambio de la sociedad en lo que se refiere a conciencia ambiental, como es el caso del negacionismo del cambio climático.

A su vez, hay que decir que determinados discursos negacionistas legitiman la violencia, y provienen de los discursos de odio. Ambos tipos de discursos están en el límite de la libertad de expresión, como analizaremos más adelante.

Para ganar personas "adeptas" y propagarse, los negacionismos juegan en la línea que separa la ciencia de la pseudociencia, y la historia de la novela o la ciencia ficción. Estos discursos, llegan a cuestionar teorías científicas y realidades históricas avaladas por largos procesos de investigación, tales como las evidencias ante el cambio climático. Para ello, el negacionismo se mueve en el terreno de la opinión, el rumor, la sospecha, la ficción, pero adquiere muchos disfraces y aparenta tener fuentes y referentes de prestigio.

Estos discursos negacionistas no surgen de la nada, sino que son creados intencionalmente por grandes medios de comunicación, lobbys y otros intereses económicos y políticos a nivel nacional y transnacional, los cuales tienen una gran capacidad para generar opinión y creencias. Lo más importante es que hagamos llegar a la juventud que muchas de las informaciones y discursos a los que accedemos están manipulados, desde una u otra tendencia, y que, por ello, es más necesario que nunca, tener siempre activados los recursos que nos permiten ser críticos y críticos y formar nuestra propia opinión.



¿CÓMO FUNCIONAN LOS NEGACIONISMOS?

ESTRATEGIAS Y ELEMENTOS QUE PREDOMINAN EN LOS DISCURSOS NEGACIONISTAS.

Pensamiento paranoico: Es un pensamiento que construye teorías conspirativas o paranoicas, cree en poderes fácticos que mueven el mundo, hace ignorantes a la mayoría de las personas que piensan de manera distinta. Su pensamiento plantea realidades ficticias que permanecen ocultas para la gran mayoría... "¡Nos están engañando!".

Sublimación: las personas que crean los discursos negacionistas, construyen una realidad que les da sentido y les eleva ante el resto de gente. Creen saber más que las y los profesionales de diferentes materias y ser más inteligentes que la mayoría de las personas, a las que consideran prisioneras de una "gran mentira" que las tiene atemorizadas. "¡Si supieran la verdad!", "algún día se sabrá".

Un plan ideológico articulado: en el caso de la negación de las violencias machistas y del cambio climático, los discursos negacionistas son una clara estrategia para mantener determinados privilegios y poderes económicos y políticos.

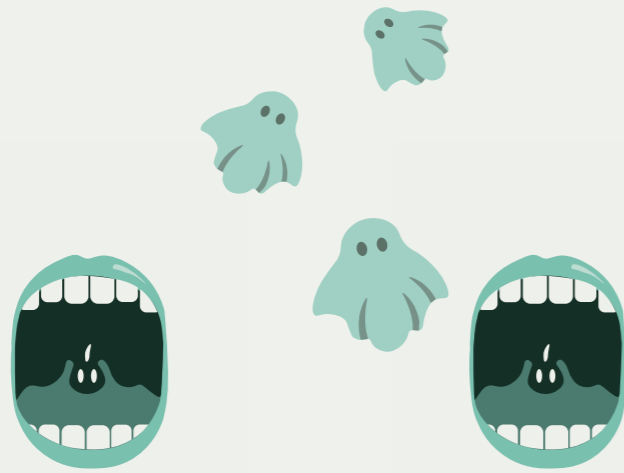
ESTRATEGIAS NEGACIONISTAS:

- Creencias convertidas en razones, en dogma.
- Falta de escucha.
- Falso escepticismo.
- Se retuerce, manipula la realidad y solo se dan por buenos sus argumentos.
- Se utilizan argumentos trampa¹.
- Se reduce, ridiculiza, quita importancia o deforman los argumentos contrarios.

ACTIVIDAD 7
Ver pag 54:

LOS ARGUMENTOS
TRAMPA

¹ La falacia lógica o trampa argumentativa es un patrón de razonamiento que lleva a una conclusión incorrecta, aprovechándose de los prejuicios o sesgos cognitivos, una alteración del procesamiento de la información.



4.2.5. ¿CÓMO SE PROPAGAN ESTOS DISCURSOS?

- **Desinformación:** es toda “información verificablemente falsa o engañosa que se crea, presenta y divulga con fines lucrativos o para engañar deliberadamente a la población, y que puede causar un perjuicio público”. Grupo de expertos de alto nivel sobre desinformación designado por la Comisión Europea.
- **Infodemia:** es “una sobreabundancia de información, en línea o en otros formatos, e incluye los intentos deliberados de difundir información errónea para socavar la respuesta de salud pública y promover otros intereses de determinados grupos o personas”. Organización Mundial de la Salud. Se generó alrededor de la COVID-19, pero es aplicable al exceso de información, no siempre fiable, que existe en la actualidad.
- **Fake News:** Este término es utilizado para conceptualizar la divulgación de noticias falsas (como la propia traducción del término indica). Estas falsas noticias provocan un peligroso círculo de desinformación. Para muchos/as periodistas es preferible utilizar el término bulo, trola o desinformación, ya que darle a este tipo de mensajes la categoría de noticia, en realidad sólo contribuye a desprestigiar el verdadero periodismo.
- **Trols:** Personas usuarias de redes que se dedican a publicar contenidos ofensivos o inciertos en internet, con la intención de generar un clima negativo o distorsionar la verdad.
- **Haters:** Personas que se dedican obsesivamente a atacar y agredir verbalmente a otras a quienes desprecian por su origen étnico, religión, activismo feminista, etc.



ACTIVIDAD 8 Ver pag 55.

VERIFICA LA INFORMACIÓN

ACTIVIDAD 9 Ver pag 55.

USA LA CAJA DE HERRAMIENTAS DE MALDITA.ES

En ella encontrarás diferentes herramientas para verificar diferentes tipos de contenidos: Fotografías, vídeos, archivos,... Según el contenido se sugieren herramientas como Wayback Machine, Archive.is, InVid, etc. Pincha [AQUÍ](#)

ACTIVIDAD 10 Ver pag 56.

CREA TU BULO

ACTIVIDAD 11 Ver pag 57.

¿QUÉ SE DICE EN INTERNET?

4.2.6. LA POLARIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y EL PAPEL DE LOS Y LAS INFLUENCERS EN LA EXPANSIÓN DE LOS NEGACIONISMOS.

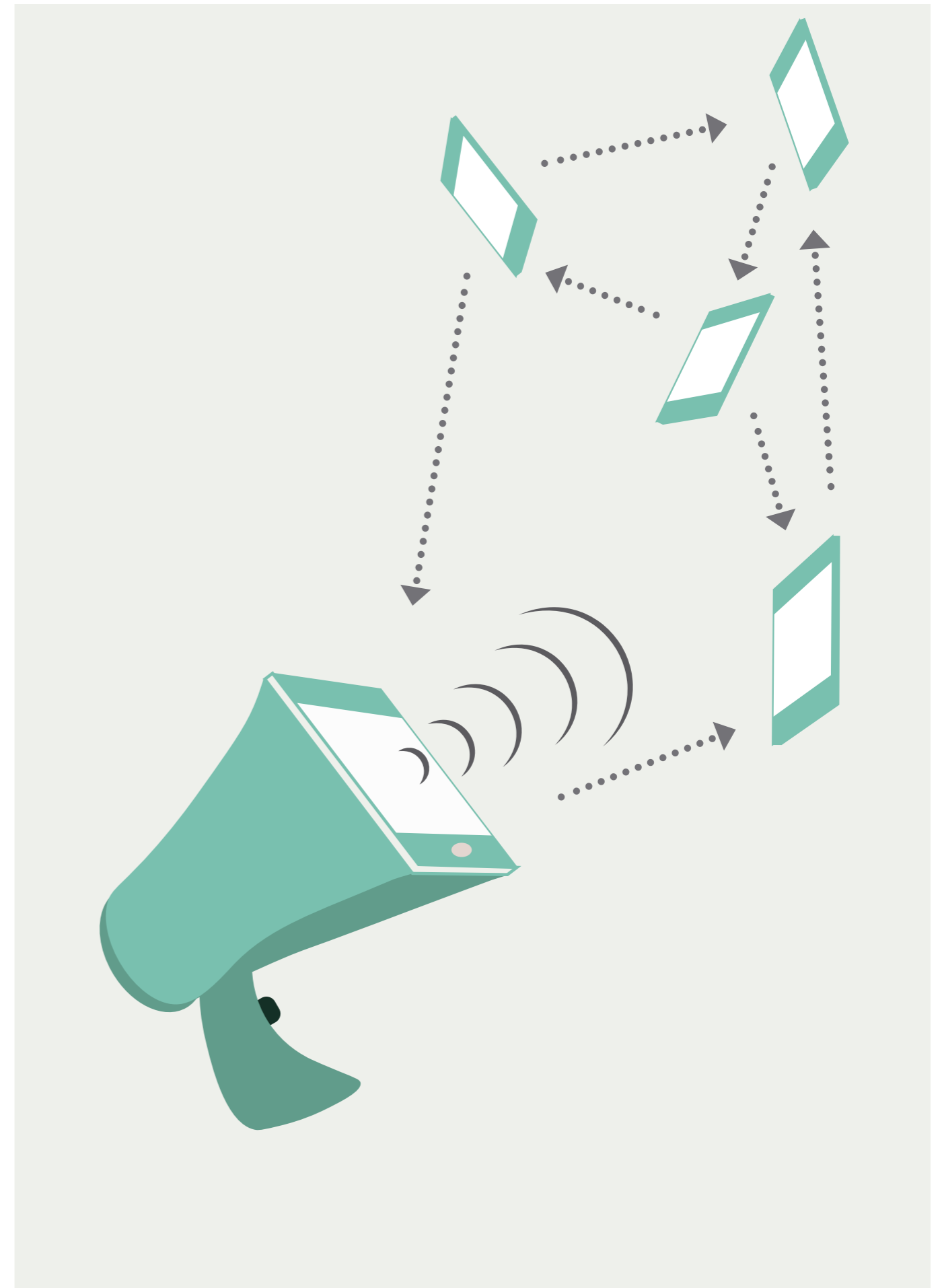
Tras un primer momento, en el que se consideraba que las redes sociales y los canales de mensajería instantánea habían llegado para dar voz a todas y cada una de las personas del mundo, y para democratizar el acceso a la información, las redes sociales fueron inclinándose cada vez más a generar, precisamente, lo opuesto: división y formas de odio.

Facebook, Twitter, Instagram, Tiktok, YouTube o Google tienen como objetivo captar nuestra atención el mayor tiempo posible. Lo consiguen favoreciendo la visibilidad de contenido polémico, incluyendo discursos de odio y negacionismos. Cuanto más extremo es el contenido, más atención genera, por tanto, más visibilidad y viralización, y en consecuencia, ¡más dinero!

Las redes sociales y sus algoritmos tienden a ofrecernos el contenido que refuerza nuestras propias ideas y preconcepciones del mundo, pero tendiendo hacia los extremos, y ocultando realidades opuestas. Esto favorece la creación de grupos antagónicos. Pero hay un factor más, las personas que se han convertido en Influencers.

En una red interconectada, donde cada nodo es una persona que establece relaciones con otras, la persona 'Influencer' cuenta con un número mucho mayor de conexiones que el resto, lo que implica que cada información que lance, acabará llegando a un elevadísimo número de gente.

Muchas veces, se utiliza a los y las influencers para lanzar una idea, que se amplificará a categoría de prejuicio, bulo, falsa teoría o discurso de odio.



¡CUIDADO! ASÍ FUNCIONA

Dos investigadoras, Olivia Little y Abbie Richards, han hecho un [estudio](#) que demuestra que el algoritmo de Tiktok interpreta el interés por el contenido transfóbico en general como una señal de que eres neonazi y empieza a recomendarte vídeos de extrema derecha.

Cuenta cómo, empezando a dar “me gusta” a temas transfobos, les empezaron a salir contenidos misóginos, homófobos, racistas, y finalmente, en torno al Tiktok número 400, abiertamente fascistas llamando a la violencia.

A medida que crece el contenido de odio se van sumando más y más discriminaciones hasta llegar al antisemitismo, expresiones neonazis y teorías de la conspiración.

Cualquier persona que consuma Tiktok sabe que 400 vídeos se pueden ver en cuestión de un par de días. Una persona puede hacerse una cuenta hoy, empezar a ver vídeos de forma encadenada y estar recibiendo propaganda neonazi en dos días.

Los discursos de odio sexista son más frecuentes en aquellas redes sociales menos orientadas a lo textual, como Instagram o TikTok

FACT CHECKING: VERIFICACIÓN DE INFORMACIONES

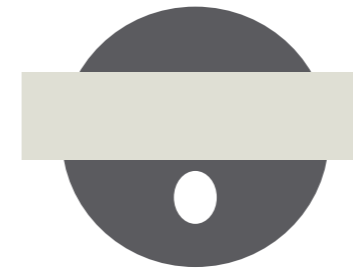
EXISTEN SERVICIOS MUY INTERESANTES EN PÁGINAS COMO MALDITA.ES, NEWTRAL.ES, VERIFICRACKS, ETC.



Cartel publicado en el metro de Madrid



4.2.7. ELEMENTOS FACILITADORES DEL ODIO Y EL NEGACIONISMO ON-LINE:



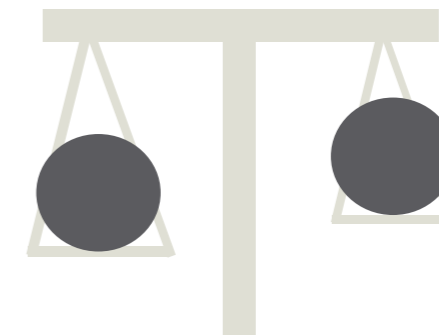
ANONIMATO Y DISTANCIA

son los principales “facilitadores” de los discursos de odio y negacionistas. Muchas personas se atreven a decir cosas en las redes que no serían capaces de expresar en la vida real.



LAS NORMAS Y LOS LÍMITES

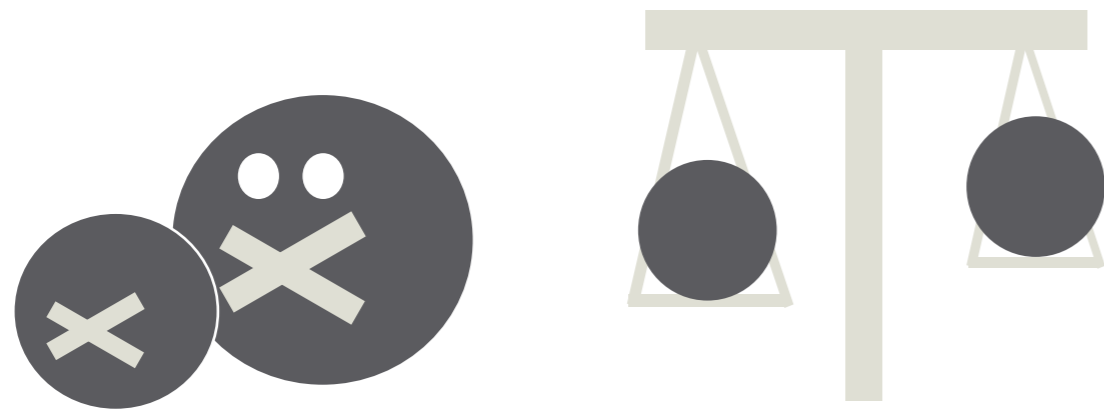
cuando las redes sociales no tienen unas reglas claras de comportamiento y de uso, o las tienen y no las comunican adecuadamente, los discursos de odio tienden a incrementarse.



LA IMPUNIDAD

Cuando las personas usuarias de las redes sociales tienen la percepción de que no hay consecuencias a comportamientos que traspasan los límites y transgreden las normas o de que tales consecuencias son asumibles o eludibles, los discursos de odio encuentran un campo abonado para extenderse.

LOS Y LAS TESTIGOS



En sentido estricto, no forman parte de “los/as odiadas”, aunque son conscientes también de que pueden pasar a serlo si deciden posicionarse de su lado.

Estas personas que son testigos pueden llegar a ser cómplices ya que no se posicionan; dejan hacer, miran a otro lado... Si ante una injusticia, nos callamos, estamos siendo cómplices de quien realiza esa injusticia. Otra forma de convertirse en cómplice es compartir insultos, memes despectivos, bulos..., aunque no los hayas creado directamente.

ACTIVIDAD 12
Ver pag 59.

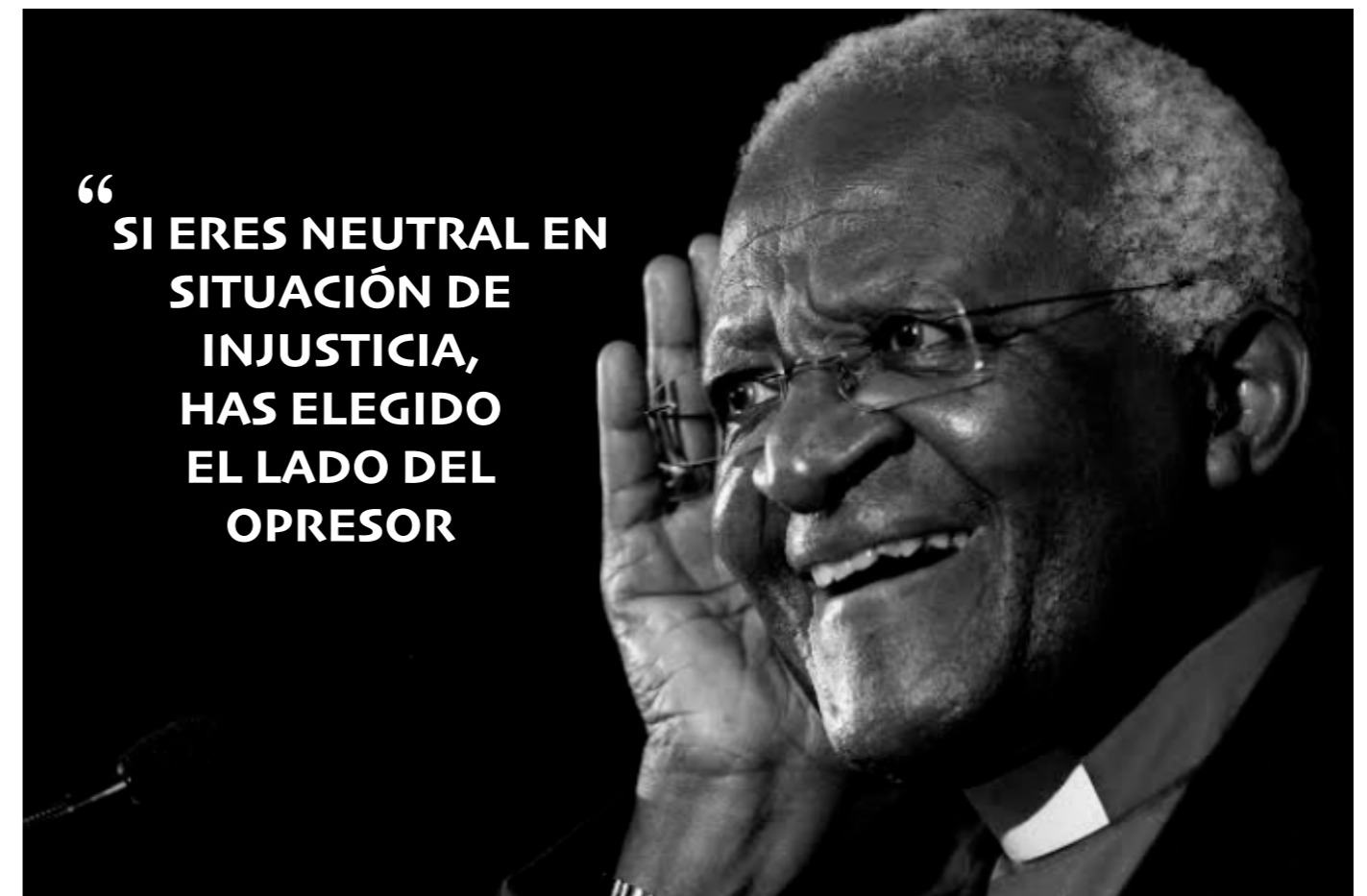
¿Y SI LAS RRSS NOS MANIPULASEN?
¿LO HABÍAS PENSADO?



HAZLE SENTIR
QUE NO ESTÁ SOLO

ERES MÁS VALIENTE
QUITALE AUDIENCIA AL AGRESOR

“
**SI ERES NEUTRAL EN
SITUACIÓN DE
INJUSTICIA,
HAS ELEGIDO
EL LADO DEL
OPRESOR**



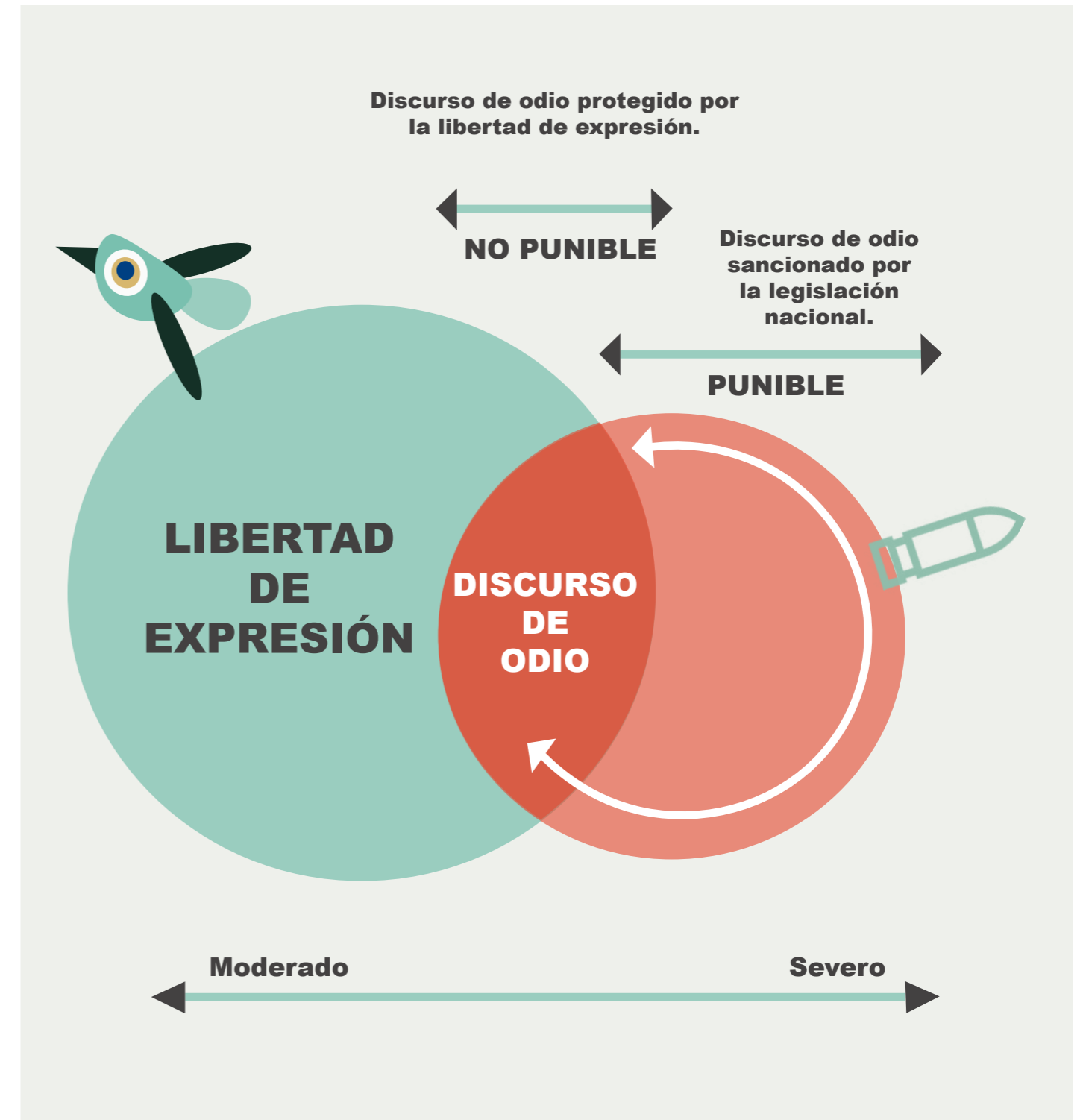
DESMOND TUTU
PREMIO NOBEL DE LA PAZ 1984

4.3.

¿HASTA DÓNDE LLEGA LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN?

La libertad de expresión es un derecho fundamental, indispensable para garantizar la formación de una opinión pública diversa y plural, un requisito fundamental en cualquier sistema democrático. La comunicación y la discusión son esenciales para construir una sociedad democrática efectiva.

Sin embargo, la libertad de expresión no es un derecho “absoluto” que se aplica en todas las situaciones sin ningún límite. Es un derecho que tiene que estar equilibrado con los derechos de otras personas o con el bien de la sociedad en general. Eso sí, debe garantizar que no haya daños, que sus manifestaciones tengan un interés público, y que persigan un fin constitucional.



LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN LA LEGISLACIÓN

Art 19 de la DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS.

Art. 10 del CONVENIO EUROPEO DE DERECHOS HUMANOS.

(Determina también que esta libertad puede ser restringida, entre otras razones, para prevenir comportamientos delictivos y proteger la reputación y los derechos de las demás personas, siempre y cuando la ley lo prevea y la limitación a la libertad de expresión sea “necesaria” y “proporcional”).

Art. 510 del CÓDIGO PENAL ESPAÑOL.

Tipifica como delito las siguientes conductas:

- 1.- Fomentar, promover o incitar directa o indirectamente al odio, hostilidad, discriminación o violencia contra una persona o un grupo por motivos referentes a su origen, fenotipo, religión, etnia, ideología, orientación o identidad sexual, género, enfermedad o discapacidad.
- 2.- La producción, elaboración, posesión para la distribución y distribución (por cualquier canal, incluso Internet) de todo tipo de material idóneo a fomentar, promover o incitar al odio, la discriminación y a la violencia por los motivos mencionados.
- 3.- El enaltecimiento o justificación pública de un delito de odio.
- 4.- Las acciones que suponen humillación, menosprecio o descrédito de una o más personas por los motivos mencionados, así como la producción, posesión para la distribución y difusión de todo tipo de contenido que lesione la dignidad de estas personas.
- 5.- La negación, trivialización, enaltecimiento público de los delitos de genocidio y de lesa humanidad, cuando de este modo se promueva o favorezca un clima de violencia, hostilidad, odio o discriminación contra los grupos victimizados.

ACTIVIDAD 13
Ver pag 60.

¿LIBERTAD SIN LÍMITES?

OTROS RECURSOS PARA LEER, VER Y PROFUNDIZAR

Lectura: Cómo se viraliza una desinformación y cómo la frena el desmentido.

Vídeo: ¿Qué es la desinformación?

Vídeo: Cómo se crea y se difunde la desinformación



5. LA DIANA DE LOS PREJUICIOS

● Objetivos:

Identificar prejuicios y estereotipos presentes en el grupo y entender cómo se construyen.

● Recursos necesarios:

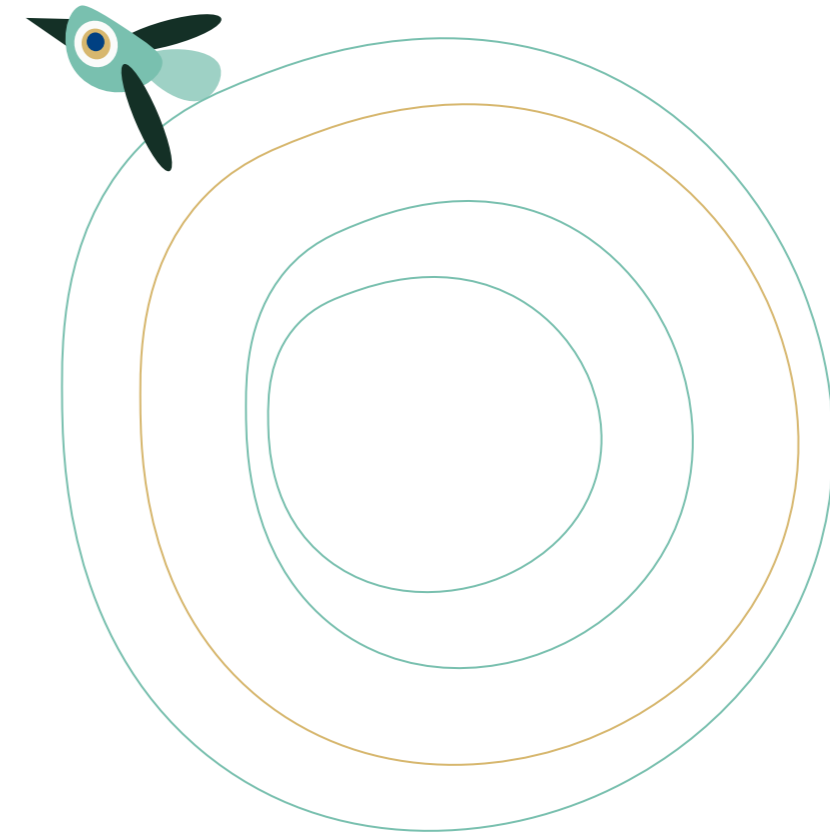
Papel, nota adhesiva, pizarra, bolis y rotuladores.

● Desarrollo:

Paso 1. Se hacen 3 equipos dentro del grupo. Al primero se le da una palabra clave que el resto de los grupos aún no debe conocer. Por ejemplo: "GITANA". (Otras posibles: musulmán/ana, chino, asturiana, lesbiana...). El equipo debe pensar en palabras asociadas a esa palabra. Tendrán un tiempo limitado para hacerlo. Esta palabra estará situada en el centro de una diana con tres niveles y escribirán estas palabras en el círculo posterior (círculo 2, empezando a contar desde el centro). Los otros dos grupos trabajan igual y de manera paralela con otra palabra similar.

Paso 2. El conjunto de palabras que ha elaborado el primer grupo pasará al segundo con una condición: no sabrán cuál es la palabra clave (se tapa la palabra del primer círculo). Leyendo esta lista de palabras el grupo escribe otras en el último círculo (el tercero empezando a contar desde el centro) inspiradas en las anteriores. El segundo grupo pasa su trabajo al tercero y este al último y siguen trabajando.

Paso 3. Se descubre la palabra clave. El tercer grupo tendrá que enfrentar el reto de crear una definición de la palabra clave ("GITANA") con todas las palabras asociadas y recogidas en la diana.



● Ideas y preguntas para la reflexión:

- ¿Qué ha sucedido? ¿Cómo suena la definición que ha hecho el tercer grupo? ¿Qué implica? ¿Qué descubriste?
- ¿Cómo os alejan u os acercan los atributos que asociáis con determinados colectivos o personas?
- ¿Puede que estemos generalizando? ¿Podríamos decir que todas las personas blancas son alcohólicas porque alguna de ellas lo sea?
- Definición de estereotipo y prejuicio.



40 / 50 MINUTOS

dependiendo del número de participantes y de palabras que se utilicen.

Fuente: [Juegos para disolver rumores.](#) Manual actividades antirumores para personas jóvenes. Ayuntamiento de Bilbao

6. MAPA DE EMPATÍA

● Objetivos:

Entender la realidad de otra persona o colectivo, haciendo un esfuerzo por comprender e interpretar aquellos elementos que la construyen como persona.

Desarrollar la escucha activa y la empatía.

● Recursos necesarios:

Una cartulina grande (o varias, si en lugar de hacerlo con todo el grupo se quiere dividir a las personas en subgrupos) con el mapa de empatía trazado, sin rellenar (únicamente el esqueleto). Para crear el mapa de empatía, se dibuja un gran círculo en el centro. Debe haber espacio para escribir dentro de él.

Se le pueden añadir ojos y orejas para que sea una gran "cabeza". Se etiquetan las zonas que están alrededor del círculo central de la siguiente manera: escuchar, pensar, ver, decir, sentir y hacer.

● Desarrollo:

Paso 1. Se pide al grupo que piense en una persona que considere como muy distinta al grupo. Cuando lo haya elegido, se le pide que ponga nombre a esa persona (esa persona puede representar a un colectivo).

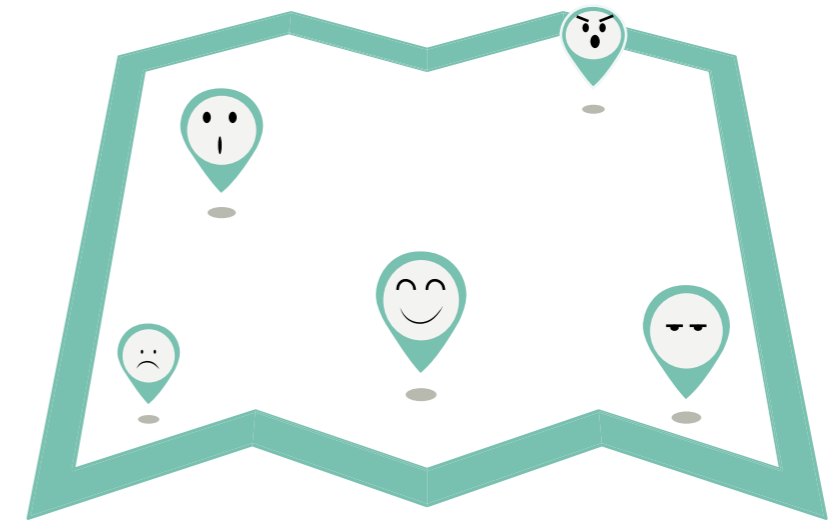
Paso 2. El grupo intenta describir, desde el punto de vista de esa persona, cuál es su experiencia respondiendo a las categorías de los verbos añadidos en la actividad 5.

Paso 3. Se hace un ejercicio de síntesis: ¿qué quiere esa persona?, ¿qué fuerzas le sirven de motivación?, ¿por qué crees que es o piensa de determinada manera?

● Ideas y preguntas para la reflexión:

- ¿Cómo ha sido intentar entender a otra persona? ¿Cómo ha sido intentar describir su realidad? ¿Lo habéis logrado? ¿Es real lo que se ha dibujado o se sigue haciendo desde la subjetividad? ¿Influyen los estereotipos?

- ¿Influyen los prejuicios? ¿Ha habido desacuerdo en el grupo o ha sido sencillo? Implicarse en un ejercicio así, que supone ponerse en la piel de otra persona, ¿cambia la forma en la que entendéis vuestro mundo? ¿Cambia la manera en la que entendéis el suyo?
- ¿Habéis visto elementos comunes? Por ejemplo, en los sueños y aspiraciones o en los miedos y frustraciones.



● Variaciones:

Este ejercicio puede hacerse en todo el grupo o dividiendo a las personas que participan en subgrupos. En este último caso, podría ser interesante que cada equipo se centrará en una persona /colectivo diferente. Al finalizar, habría que realizar una reflexión a dos niveles. Por un lado, sobre lo concreto: la persona que ha sido la base del mapa de empatía. Por otro, general, sobre el proceso.



90 / 120 MINUTOS

Fuente: [Juegos para disolver rumores](#). Manual actividades antirumores para personas jóvenes. Ayuntamiento de Bilbao

7. LOS ARGUMENTOS TRAMPA

● Objetivos:

Reconocer las estrategias que utiliza el negacionismo para sostener ideas falsas e irracionales.

Identificar argumentos no válidos y desarrollar capacidades para hacerles frente.

● Recursos necesarios:

Fichas – ejemplo (Ver Anexo 1) y pizarra para la puesta en común.

● Desarrollo:

Paso 1: Comenzamos explicando cómo funcionan los negacionismos y las estrategias que utilizan, centrándonos especialmente en los argumentos trampa: Argumento trampa: se trata de un razonamiento que lleva a una conclusión incorrecta utilizando prejuicios y manipulando la información.

Paso 2: Se forman grupos y cada uno recibe una Ficha-Ejemplo y lo analiza.

Paso 3: Una vez que cada grupo ha analizado su ejemplo se hace una puesta en común en la que se explican las conclusiones a las que ha llegado cada grupo.

● Ideas y preguntas para la reflexión:

¿Qué os parece la respuesta? ¿es válida? ¿la respuesta tiene que ver con la primera afirmación? ¿es razonable? ¿el aspecto de una persona puede llevarnos a esa conclusión? ¿os ha ocurrido alguna vez o habéis visto que le haya ocurrido a otras personas?



60 MINUTOS

Que se pueden ampliar utilizando más ejemplos.

Fuente:

Elaboración propia.

8. VERIFICA LA INFORMACIÓN

● Enlace con recursos:

[DRIVE](#)

● Fuente: [Maldita.es](#)

Lección 8. Aprender a observar imágenes y vídeos

¿Un accidente de avión en Etiopía...?

10 de marzo de 2019. Un avión (modelo Boeing 737-800MAX) de la compañía Ethiopian Airlines se estrella en Adis Abeba, Etiopía. Pocas horas después, éste vídeo circulaba por las redes sociales. ¡Descubre cómo comprobar si corresponde al accidente o no!

Escanea el código QR para ver el vídeo

PASOS A VERIFICAR

1 ¿Cuándo empezó a circular? Si el vídeo empezó a difundirse por internet antes de la fecha del accidente ya podemos demostrar que es falso que corresponda a este suceso. Este tipo de búsqueda de llama "Búsqueda inversa" y, por ejemplo, se puede hacer con un plugin llamado InVID. Si lo utilizas, verás que ese mismo vídeo se publicó en internet el 30 de abril de 2013, por lo que ya puedes probar que es falso que corresponda al accidente de Etiopía.



2 Observa lo evidente: mira qué cosas llamativas del vídeo puedes comprobar. Por ejemplo, el avión del vídeo tiene cuatro motores, que sobresalen en la imagen. Al buscar una foto del modelo que se ha estrellado en Etiopía, Boeing 737-800MAX, verás que ese avión tiene solo dos motores.

3 Buscar el punto exacto del accidente en Google Earth para ver si la orografía coincide con la del vídeo. En el vídeo hay montañas rodeando el lugar. Sin embargo, al buscar la ubicación exacta del accidente, comprobarás que en esa zona no hay ninguna una cadena montañosa.



CONCLUSIÓN

Muchas veces no hace falta tener grandes medios ni conocimientos técnicos para verificar la información. En el caso de vídeo o foto, basta con observar con atención y utilizar un buscador al alcance de cualquiera.



MALDITA
EDUCA



educa.maldita.es

9. USA LA CAJA DE HERRAMIENTAS DE MALDITA.ES.

Página [maldita.es](#)



10. CREA TU



BULO

● Objetivos:

Comprobar las características de la desinformación y la facilidad que tiene elaborarla.

● Recursos necesarios:

Papel y boli u ordenador si se quiere trabajar con formato on-line.

● Desarrollo:

Paso 1: En esta actividad las jóvenes asumen el rol de creadoras de desinformación. Cada uno debe escribir un BULO en forma de un pequeño texto en formato periodístico, respondiendo a las 5W del periodismo (quién, qué, cuándo, dónde y por qué) para presentar el suceso de manera sencilla y completa.

El tema es libre, pero tiene que estar relacionado a un suceso real que podría haber ocurrido en tu barrio. La narrativa tiene que ser lo más verosímil posible. La "noticia" tiene que tener título y, por lo menos, dos párrafos. Se puede plantear en formato de texto escrito, o en formato on-line, en cuyo caso se podrán incluir formato e imágenes.

Paso 2: Finalizada la tarea los estudiantes deben cambiar sus bulos y analizar qué características del texto de su compañero indican que se trata de desinformación.

Paso 3: Debate:

- ¿Qué deberías observar para comprobar que se trata de un bulo?
- ¿Cuál era el objetivo de difundir esta mentira? (Publicidad, troleo, timos, sembrar el caos, interés ideológico u otros)
- ¿Qué pruebas necesitas para confirmar que es un bulo?
- ¿Cómo podrías convencer a tus amigos de que se trata de desinformación?
- ¿Crees que este contenido podría viralizarse en tu barrio?
- ¿Cuál sería el impacto de publicar la historia sin saber si es real o no?



1/2 HORAS

Fuentes: elaboración propia

11. ¿QUÉ SE DICE EN INTERNET?



● Objetivos:

Comprender el poder de internet y redes sociales para difundir y viralizar contenidos e ideas.

Desarrollar la capacidad de identificar las connotaciones o significados de contenidos, comentarios o ideas difundidas en internet.

● Recursos necesarios:

Cualquier dispositivo con conexión a Internet. Lo mejor es que pueda haber una navegación en paralelo desde diferentes grupos de trabajo.

● Desarrollo:

Paso 1. Se busca información en el buscador de Google sobre diferentes colectivos con una frase que tenga una construcción sencilla como: “Los/as ----- son -----”

- “Los gitanos son...”
- “Las inmigrantes vienen...”
- “Los jóvenes son....”
- “Las niñas son...”

Paso 2. El buscador Google tiende a completar estas frases mientras se escriben. Es lo que se denomina “predicciones”, “búsquedas predictivas” o “auto-completar”. Es una opción que se puede desactivar.

Las consultas de búsqueda que ofrece la función “Autocompletar” son un reflejo de la actividad de búsqueda de todos los usuarios y usuarias de Internet y del contenido de las páginas web que Google indexa. Si se inicia sesión en una cuenta privada de Google y está habilitado el historial web, también es posible que aparezcan sugerencias de consultas basadas en búsquedas relevantes que se hayan hecho anteriormente. El ejercicio consiste en atender a estas frases y conversar sobre ellas.

● Ideas y preguntas para la reflexión:

¿Cómo ha sido la exploración? ¿Os han sorprendido los resultados? ¿Habla de las ideas más predominantes?

¿Creéis que puede tener efecto en las personas que se encuentran estas frases en sus búsquedas?

Variaciones:

Utilizar algunas de estas frases o etiquetas en otras redes sociales. Buscar, por ejemplo, “inmigrante” en Youtube y ver cuáles son las primeras cinco entradas y qué tipo de información se arroja sobre este colectivo.



2 HORAS

Fuente: Juegos para disolver rumores. Manual actividades antirumores para personas jóvenes. Ayuntamiento de Bilbao

12. ¿Y SI LAS REDES SOCIALES NOS MANIPULASEN? ¿LO HABÍAS PENSADO?

● Objetivos:

Entender que detrás de las diferentes redes sociales hay empresas con sus propios intereses, principalmente económicos.

Aprender a utilizar las redes sociales de manera consciente y responsable.

● Recursos necesarios:

Conexión a Internet, proyector, ordenador.

● Desarrollo:

Utilizaremos un vídeo resumen del documental de Netflix “El dilema social” que podemos recomendarles que vean en sus casas.

[El DILEMA de las Redes Sociales](#) Netflix □ [Análisis + Crítica]

Una vez visionado el vídeo resumen planteamos las siguientes preguntas:

- ¿Qué es lo que más os ha sorprendido o llamado la atención de la información que se da en el vídeo? ¿Habíais pensado antes que las redes sociales son empresas buscando beneficios? ¿Cómo os sentís? ¿Creéis que alguna de las redes sociales os ha influido en vuestra manera de pensar sobre algún tema? ¿podéis dar algún ejemplo (la pandemia, el cambio climático, la violencia machista o sobre alguna persona...)?

- ¿Qué podemos hacer para evitar manipulaciones?

Algunas ideas para concluir el debate:

Limitar nuestra dependencia de las redes sociales, las horas que les dedicamos, la importancia que les damos en nuestra vida, etc....

No reproducir discursos negacionistas o de odio dando a “me gusta” o compartiendo contenido; buscar información fiable sobre contenido o noticias que nos puedan parecer sospechosas; pensar de manera crítica en las personas o perfiles que seguimos; por qué las seguimos, qué tipo de mensajes o contenido comparten, etc...

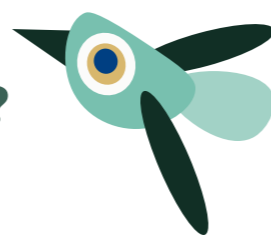
Tratar de actuar de manera positiva en las redes sociales.



1 / 2 HORAS

Fuente: Elaboración propia

13. ¿LIBERTAD SIN LÍMITES?



Objetivos:

Debatir sobre los límites de la libertad de expresión

Recursos necesarios:

Pizarra, rotuladores e imprimibles del Anexo 2

Desarrollo:

Paso 1. Pregunta a las y los participantes qué significa la “libertad de expresión”. Recoge las ideas en la pizarra y complementa con conceptos que no hayan surgido en el grupo. Será una lluvia de ideas, sobre la que más adelante se profundizará:

¿Significa la libertad de expresión que podemos decir lo que queramos?

Si crees que hay algunas expresiones que no deberían estar permitidas, ¿cómo se debería decidir cuáles prohibir? ¿Quién debería decidirlo?

¿Qué otras maneras existen de “expresarnos” aparte de hablar o escribir? (La música, el teatro, las imágenes, el lenguaje corporal, etc.).

Paso 2. Da un poco de información sobre la libertad de expresión. (Ver página 46 –de nuestra guía)

Paso 3. Divide a las participantes en grupos de 4 - 5 personas y da a cada persona una copia de las situaciones del Anexo 2. Se explica que la tarea es comentar en 20 minutos una serie de situaciones en las que la gente ha publicado comentarios en internet que atacan a otras personas y a sus derechos humanos. Los grupos deben decidir si es un caso en el que se debe quitar el material de las redes - en otras palabras, si la libertad de expresión debería restringirse.

- Si deciden que así es: ¿Qué debería eliminarse? ¿Por qué?
- Si no: ¿Por qué no? ¿Qué más puede hacerse? ¿Quién lo puede hacer?

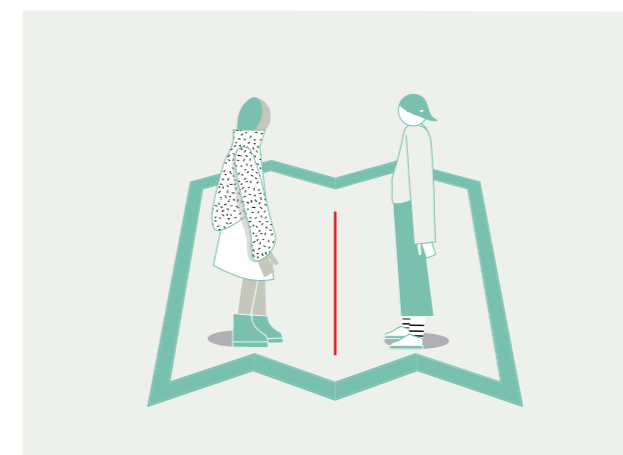
Paso 4. Puesta en común:

¿Algún grupo ha llegado a un acuerdo? ¿Cuáles son las diferencias más importantes entre vuestras opiniones?

En vuestra decisión: ¿Ha influido quién es el responsable de las publicaciones? ¿Ha influido cuánta gente ha respondido a la publicación y cómo lo ha hecho?

¿Alguien ha llegado a elaborar una norma para decidir cuándo se puede (o debe) restringir la libertad de expresión? ¿Cuáles son los peligros de imponer demasiadas restricciones? ¿Cuáles son los peligros de no imponer suficientes restricciones?

¿Crees que cerrar páginas enteras de internet y eliminar contenido delicado de las redes es una manera eficaz de combatir el discurso de odio en internet?



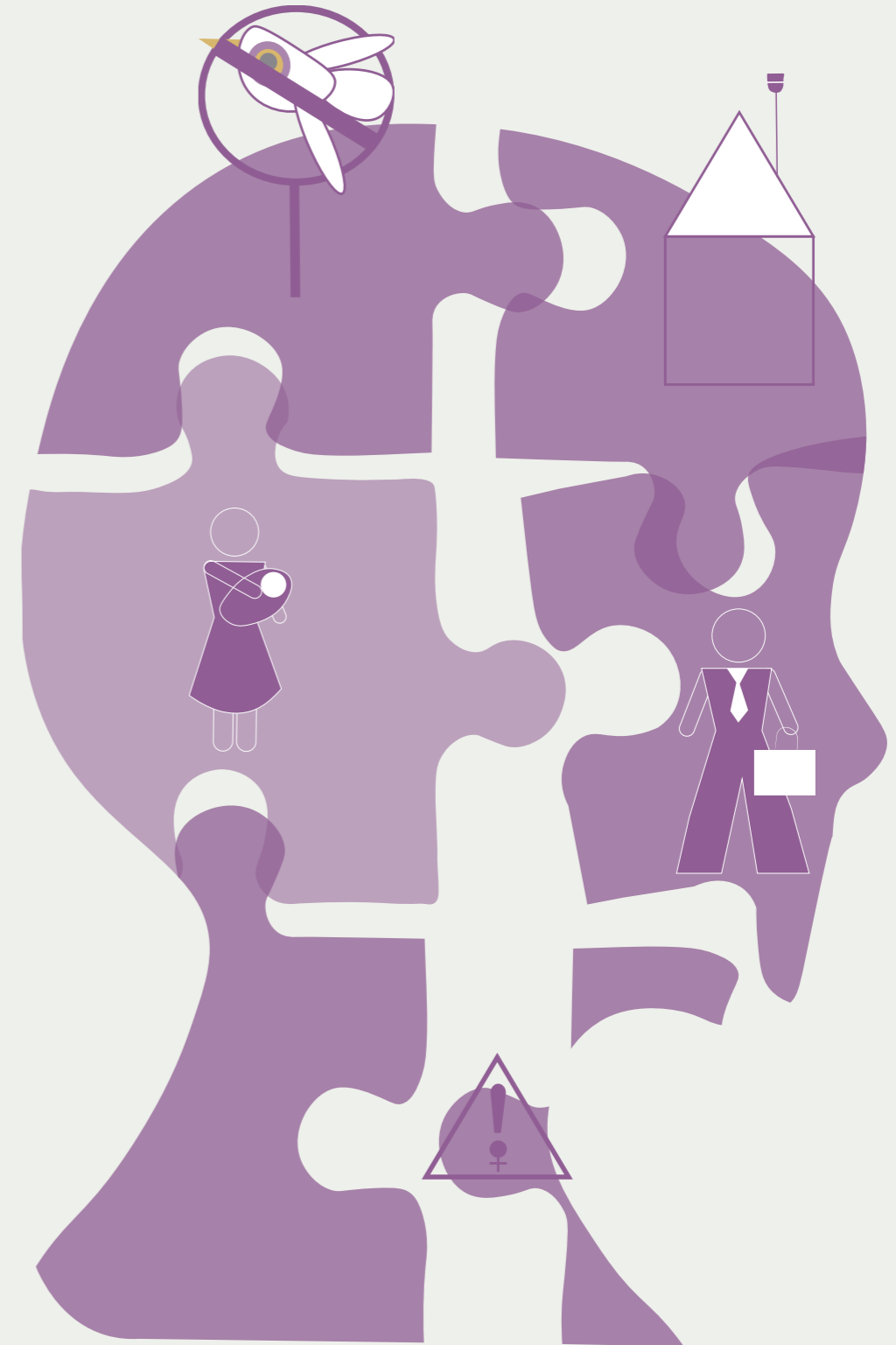
45 MINUTOS/1 HORA

Fuente: [Guía Breve: Orientaciones para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos. 2019. Injuve y CE.](#)



05

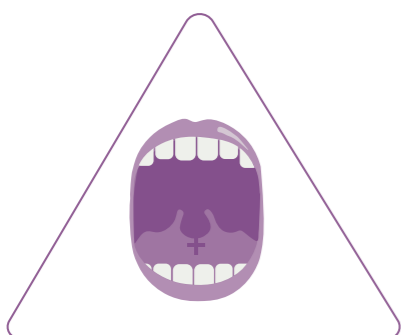
NEGACIONISMOS DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO





DESMONTAMOS SUS ARGUMENTOS

Argumentos principales del negacionismo de la violencia de género:



El feminismo es una ideología política y no un movimiento por la igualdad.



Las mujeres no se encuentran en situación de discriminación con respecto a los hombres.

Ya no hay desigualdad ni violencia estructural.



No existe violencia específica contra las mujeres.

5.1.1. Crean una teoría negacionista en torno a la “ideología” de género.

El feminismo es considerado una ideología de género que tiene como objetivo un ataque frontal a la familia tradicional (heterosexual, orientada a la procreación y con roles claros para hombres y mujeres).

Esta teoría de la ideología de género es un instrumento político que utiliza la extrema derecha para desprestigiar el feminismo y se basa en las siguientes ideas:



NIEGA LA NOCIÓN DEL SISTEMA SEXO-GÉNERO.

“El género es un bulo ideológico.”

“Es una teoría emotiva sin base científica”

El sistema sexo-género fue desarrollado por Gayle Rubin en 1975. Ella exponía que, “mientras el sexo biológico no cambia a lo largo del tiempo, el género sin embargo es cambiante, está compuesto por una serie de normas, roles, y conductas que determinan lo que una sociedad espera de un hombre y de una mujer y, estas normas varían a lo largo del tiempo y son distintas en las diferentes culturas a lo largo de la historia; por lo tanto, el género es algo «construido», no es natural, lo que permite desnaturalizar y visibilizar como «normativo» lo que una sociedad espera de hombres y mujeres”.

“Es en esta construcción del género donde se está creando la desigualdad de género, ya que todas las atribuciones asignadas a las mujeres favorecen la subordinación de éstas al servicio y en dependencia de los hombres, que se toman como patrón de referencia”. Esta construcción social del género es por tanto modificable, lo que permite desvincular a las mujeres de elementos culturalmente impuestos.¹

En la actualidad, el carácter subordinador y construido del género que aporta esta teoría, sigue siendo válido, y nos permite explicar cómo el patriarcado ha impuesto la subordinación de las mujeres. Pero, al mismo tiempo, se defiende cada vez más que también el sexo puede ser construido. La biología como ciencia, es una práctica de producción de conocimiento, que nace en un momento concreto (s.XIX), y por tanto es también social. Hoy en día se defiende que el sexo es en buena medida una realidad social que va más allá de la reproducción, y que por tanto se puede transformar.

¹. Extracto de “COEDUCANDO. Hacia una Ciudadanía Global comprometida por un mundo libre de violencias machistas”, de María Monjas Carro. InteRed.

En esta guía queremos señalar que la teoría sexo-género debe complementarse con las teorías queer, de manera que no se excluya a nadie²:

Personas intersexuales: ya que en su caso no podemos asignar un solo sexo binario al nacer. La intersexualidad, científicamente demostrada, abre un abanico más amplio de gradaciones de sexos (en función de genitales, gónadas y cromosomas) que no encajan ni en lo que la biología dice que es un hombre ni en lo que es una mujer. Es necesaria la creación de otras categorías de identidades sexuales que no sean ni mujer ni hombre.

Personas con identidades trans: “personas que no se identifican con el género que se les asigna al nacer, y que, o bien pretenden cambiar el género que se les asigna, socializándose en el género opuesto al que supuestamente les corresponde por el sexo asignado a su cuerpo, o bien desean vivir en tránsito sin asumirse a ninguno de los dos géneros establecidos (no binaries)”. María Monjas Carro.



Si quieres profundizar más sobre este tema, te dejo aquí un par de recursos muy interesantes.

[Vídeo](#) “Qué es la diversidad sexual. Explicación fácil”

[Artículo](#) sobre la teoría queer.



¿QUÉ HACE EL NEGACIONISMO DEL SISTEMA SEXO-GÉNERO?

Niega la construcción social del género y trata de mantener sólidos los cimientos del patriarcado argumentando que no existen sino razones biológicas para diferenciar los roles de mujeres y hombres en nuestra sociedad. Es decir, asume que esos roles diferentes son así por naturaleza.

2. Actualmente este es un tema en el que existe un amplio debate dentro del feminismo, reconocemos que demasiado complejo para abordarlo en esta guía. Desde InteRed respetamos el debate, y nos situamos siempre desde el respeto a los derechos humanos de todas las personas, en todas sus diversidades.



Alimenta los estereotipos de género.

Para reforzar los estereotipos de género, refuerzan el manido discurso que identifica las diferencias determinadas por nuestro sexo biológico, como determinantes de nuestro papel en la sociedad, de manera que se mantiene la justificación de los roles de género perpetuados durante siglos. Su objetivo es mantener la división sexual y socialmente construida e impuesta que determina los siguientes roles:

- **Roles tradicionales femeninos:** Relacionados con lo doméstico, con las funciones reproductivas y con el cuidado de otras personas.
- **Roles tradicionales masculinos:** Relacionados con el ámbito público, con funciones productivas y con el poder.

De dichos roles se derivan multitud de estereotipos, los cuales son negativos tanto para los hombres como para las mujeres, ya que se presentan como modelos cerrados y difíciles de transformar.



Niega orientaciones sexuales diversas y considera que la homosexualidad o la transexualidad son una aberración.

La única orientación sexual que admite como sana, válida y normal es la heterosexual. Todas las demás opciones son consideradas como una desviación de lo normal, como una enfermedad o patología que hay que corregir porque supone un peligro para el modelo heterosexual de pareja y de familia clásica que defienden.



Identifica falsamente el feminismo con un movimiento que busca la superioridad de las mujeres luchando frente a los hombres.

ACTIVIDAD 14
Ver pag 82.

EL MUNDO Y YO

TUITS

Top Latest People Photos Videos

Avril @avriilfernandez · May 19
 Que alguien tenga la decencia de decirme que el feminismo no es necesario, que la igualdad existe y después me explique porqué no he sido capaz de verbalizar un no, porque me he cambiado de ropa, porque vivo con miedo ...

1 1 12

Juan Cepeda @JuanC_E_ · Jun 6, 2019
 Ideología de Género, es lo mismo que decir, AntiFamilia, Ausencia de Valores, Desaparición del Cristianismo, del Orden Natural, para pasar a la Depravación, la Violación de la Inocencia Infantil.. Educar para que se vaste así mismo y sea el mismo, Amo y Señor de su Ego.



Top Latest People Photos Videos

Roma Gallardo @roma_gallardo · Feb 26
 El 8M es la fiesta del complejo de inferioridad y de la oligofrenia premeditada.

21 23 197

Show this thread

¿QUÉ ES REALMENTE EL FEMINISMO?

Es un movimiento que tiene como objetivo principal la defensa de la igualdad de derechos y oportunidades entre ambos sexos. Constituye una forma diferente de entender el mundo, las relaciones de poder, las estructuras sociales y las relaciones entre los sexos, por eso incorpora a sus reivindicaciones a personas y mujeres desde una mirada de diversidad, despatriarcalizadora y decolonizadora.

Hoy en día preferimos hablar de FEMINISMOS en plural, porque reconocemos la diversidad intrínseca al movimiento, así como la capacidad de autocrítica y de revisión que las diversas corrientes aportan, desde distintos espacios geográficos, pero también de construcción de pensamiento. En nuestra opinión, esto no quiere decir que entre las diversas corrientes tenga que haber enfrentamientos, porque es más lo que nos une (la defensa de la igualdad, la voluntad de transformación social del sistema patriarcal en connivencia con otros sistemas, y el deseo de justicia social), que lo que nos separa, por lo que defendemos la posibilidad real de construir alianzas transformadoras.

Por su parte, el machismo representa una 'actitud de prepotencia de los varones respecto a las mujeres' y 'una forma de sexismo caracterizada por la prevalencia del varón'.

Como puede apreciarse en las definiciones, no se trata de dos términos equiparables, ya que, mientras que el feminismo es la búsqueda de la igualdad entre sexos y la transformación estructural de las relaciones de poder, el machismo supone una preponderancia de los hombres.

La posición antifeminista actual argumenta que el feminismo ha logrado ya sus objetivos y que también hay injusticias cometidas contra los hombres. Esta posición no tiene en cuenta el nivel de desigualdad que sigue existiendo hoy en día.

Amelia Valcarcel acuñó el término «espejismo de la igualdad» para referirse a la idea, ciertamente extendida, de que la igualdad entre hombres y mujeres ya es una realidad. Al aceptar esa supuesta igualdad, se llega a la conclusión de que no es necesario impulsar más medidas para mejorar la situación de las mujeres. Aunque los progresos promovidos por los movimientos feministas han sido muchos en todo el mundo, no puede decirse que se haya cambiado todo. Pese a los avances en igualdad formal, que no se han conseguido para todas las mujeres del mundo, sigue sin haber igualdad real. Las sociedades siguen siendo patriarcales y se mantienen las discriminaciones hacia las mujeres.

ACTIVIDAD 15
Ver pag 83.

CADA VEZ SOMOS MENOS
HETEROSEXUALES



5.1.2. Niega que las mujeres se encuentren en situación de discriminación con respecto a los hombres.



Negacionismo: “No existen datos que permitan concluir que se paga menos a las mujeres por el mismo trabajo, con la misma productividad y en las mismas condiciones.”

Realidad: En España, la diferencia entre el salario medio del hombre y de la mujer en 2020 es del 16 % según el INE. La diferencia salarial media es de 358 euros al mes.

BRECHA SALARIAL

Multa de 15.625 euros a una empresa por pagar menos a las mujeres

Las trabajadoras cobraban un 39,32% menos que los hombres como ayudantes de cocina en un comedor escolar.

[Noticia del 16/03/21 en Público.es](#)

Negacionismo: “el techo de cristal no se debe a cuestiones de discriminación. Las políticas de igualdad que buscan revertir esta situación son ineficaces e injustas: (...) no evitan que las mujeres se decanten por trabajos menos remunerados o que prefieran dedicar más tiempo a las tareas del hogar”.

Realidad: En España, menos del 35% de los cargos de responsabilidad directiva los ocupan mujeres según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE)

Empresas y finanzas

Las mujeres ocupan menos del 35% de los puestos de responsabilidad directiva en España

[Noticia El economista.es 27/01/2022](#)

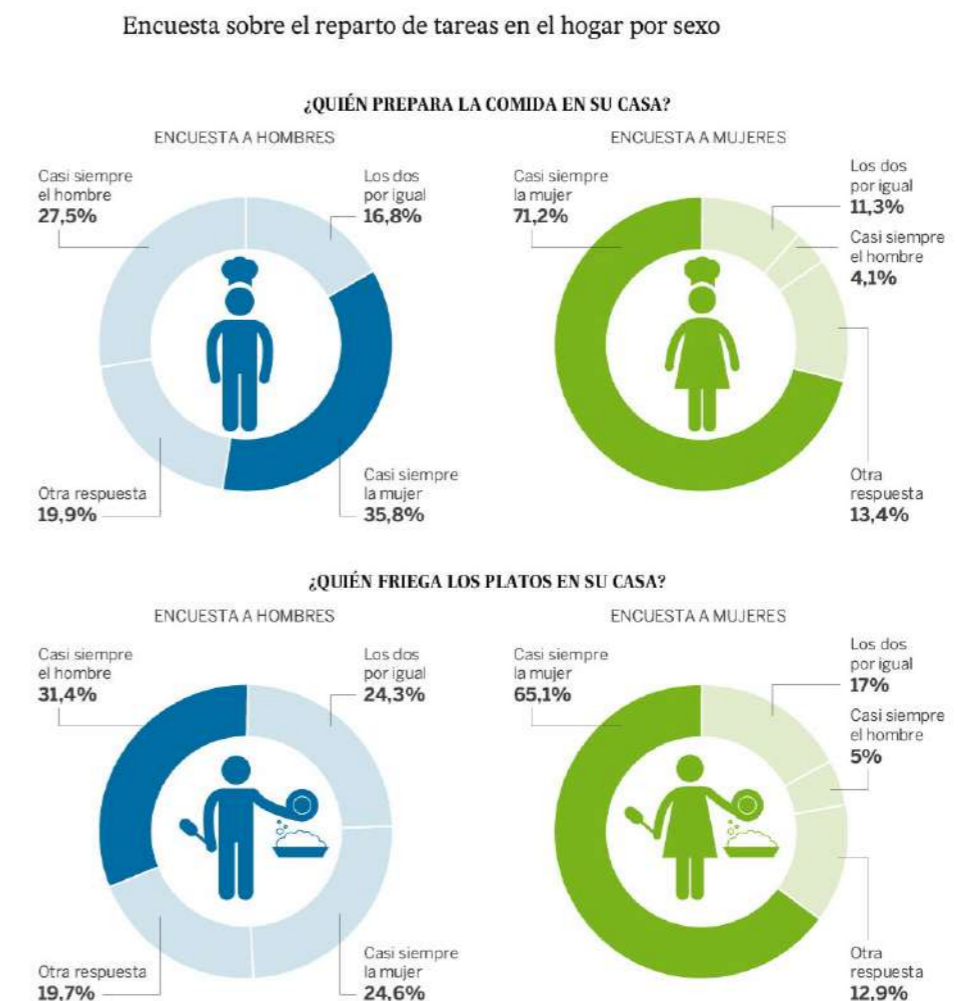
Negacionismo: “el trabajo doméstico que, por su propia naturaleza, es gratuito, compartido, beneficia localmente a cada familia y debe negociarse en el seno de esta.”

Realidad: Las mujeres tienen más dificultades que los hombres para conciliar: De acuerdo con el Instituto Nacional de la Seguridad Social, en 2019, del total de 59.466 profesionales que interrumpieron su actividad laboral (excedencias), el 89% eran mujeres.

El barómetro del CIS de mayo de 2017 es revelador: sólo dos de cada diez hombres comparten en igualdad las tareas del hogar, como limpiar y cocinar, y un 60% de las mujeres las realizan solas siempre o casi siempre, mientras que la principal ocupación doméstica de los hombres es la de realizar “pequeñas reparaciones” en casa.

Distribución del trabajo doméstico según los datos del Barómetro realizado por el CIS en 2017.

Fuente: [El País](#)



5.1.3. Niega la existencia de violencia específica contra las mujeres.

ESTO ES EL DISCURSO NEGACIONISTA:

“Al negar las evidencias, que muestran que tanto hombres como mujeres ejercen violencia, no se llevan a cabo medidas de prevención óptimas y eficaces para proteger el núcleo familiar y las relaciones que se establecen en el mismo, con especial atención a los menores y la tercera edad, pues su maltrato es más costoso de diagnosticar (violencia por omisión o negligencia) y, por lo tanto, menos denunciado. Los problemas de la ley Integral de Violencia de Género (LIVG), son diversos: no consigue erradicar la violencia contra las mujeres, trata a hombres y mujeres de forma asimétrica y considera que el hombre dentro del contexto de una pareja siempre agrede por machismo.”

Fuente: Mitos y realidades. El Feminismo ¿Es el feminismo dominante un movimiento liberador para la mujer? Instituto Juan de Mariana – difundido por okdiario.

ESTA ES LA REALIDAD:

♀ **El feminicidio es la principal causa de muerte** de las mujeres entre 15 y 44 años. [Feminicidio.net](https://www.feminicidio.net/)

♀ En España, **1.144 víctimas mortales por Violencia de Género** desde el 1 de enero de 2003 hasta el día de hoy (13 de mayo 2022). [Delegación del Gobierno](https://www.delegaciondelgobierno.es/) contra la Violencia de Género

♀ El número de mujeres asesinadas por **violencia de género en España en 2021** asciende a **42**. [Servicio de prensa de la Moncloa](https://www.moncloa.es/).

♀ Según el Informe del Consejo General del Poder Judicial, durante el año 2020, se registraron **7 casos de violencia doméstica íntima**, que implicaron la muerte de un varón a manos de una mujer. Ese mismo Informe aclara, y citamos literalmente: “No se puede ignorar que un porcentaje apreciable de casos de violencia ejercida por mujeres (el 42’9% de los casos en 2020) quedaría encuadrado en lo que **se conceptúa como ‘violencia de respuesta’**, en cuanto a que habían existido episodios previos de violencia de género del varón hacia la mujer. Por el contrario, en ninguno de los 46 casos de feminicidio acontecidos en 2020 hay constancia de la preexistencia de denuncias del varón hacia la mujer.”

¿Por qué la violencia de género NO ES LO MISMO que la violencia doméstica?



Violencia de género: “Por “violencia contra las mujeres” se deberá entender una violación de los derechos humanos y una forma de discriminación contra las mujeres, y designará todos los actos de violencia basados en el género que implican o pueden implicar para las mujeres daños o sufrimientos de naturaleza física, sexual, psicológica o económica, incluidas las amenazas de realizar dichos actos, la coacción o la privación arbitraria de libertad, en la vida pública o privada”.

Instrumento de ratificación del CONVENIO DE Estambul, 2011. Publicado en el [BOE](https://www.boe.es/).

Por su parte, **la violencia doméstica o intrafamiliar**, es aquella violencia que se da en el ámbito (espacial y relacional) del hogar o de la convivencia de la familia, pareja o ex-pareja, y puede ser ejercida por mujeres u hombres.

Un ejemplo de violencia intrafamiliar es que tu tío pegue a tu padre en la cena de nochebuena.

7

Aunque el discurso negacionista lo niegue, este tipo de violencia intrafamiliar ya está regulada por el Código Penal, no necesita una nueva ley. También tiene su propia regulación el maltrato infantil ejercido en el entorno intrafamiliar. En cambio, la violencia de género necesita mejorar la normativa jurídica que la trata, ya que se ha demostrado que no se ha conseguido aún la protección de las víctimas de las violencias machistas.

Es cierto que las mujeres pueden ejercer violencia (igual que todas las personas) y pueden ejercer violencia doméstica, pero LA CAUSA DE ESA VIOLENCIA NO ES EL GÉNERO, NO ES ESTRUCTURAL.

La violencia de género es la violencia que se ejerce sobre una persona o un grupo de personas, en relación a su género, con base en las desigualdades y en las relaciones estructurales de poder de un género (el masculino) sobre el otro (el femenino). Es decir, es la violencia ejercida por el género que ha mantenido hasta ahora el poder, el masculino -los hombres, sobre el femenino - las mujeres. Generalmente ocurre cuando éstas desafían los roles que socialmente les han sido adjudicados por los hombres.

Hablar de violencia de género en lugar de violencia doméstica nos permite "sacar" las violencias estructurales de los hombres sobre las mujeres del terreno de lo doméstico, y por tanto, de lo privado, a lo público, y poner el origen de esas violencias en las relaciones de poder de los hombres sobre las mujeres.



5.2. ¿ESTÁ CALANDO EN LA JUVENTUD EL DISCURSO NEGACIONISTA DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO?

Según el Barómetro Juventud y Género 2021, realizado por el Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud de la FAD, uno de cada cinco hombres jóvenes ve la violencia de género como un invento ideológico, el doble que hace cuatro años. El cambio de tendencia coincide con el auge de la extrema derecha en las instituciones.

Mientras que las mujeres muestran un progresivo incremento del sentir feminista en los últimos años, lo cual es muy positivo, preocupa que se observa la evolución contraria en los hombres, cada vez más críticos frente al feminismo y la igualdad de género. En 2021 esta tendencia se ha agudizado.

La percepción de que la violencia de género es un problema social muy grave ha pasado de 72,4% al 74,2% para ellas, pero se ha reducido del 54,2% al 50,4% para ellos.

JUVENTUD Y PERCEPCIÓN DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO.

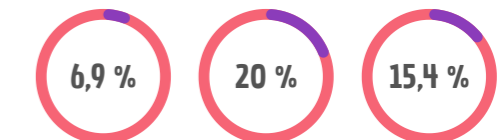


NO TODO ES NEGATIVO, LA JUVENTUD AVANZA EN IGUALDAD:

Desde 2017 hasta 2021, el porcentaje de mujeres que se consideran feministas ha pasado del 46,1% al 67,1% y el porcentaje de hombres ha pasado del 23,6% al 32,8%.

PERO

HAY QUE ESTAR ALERTA PORQUE LOS DISCURSOS NEGACIONISTAS ESTÁN CALANDO EN UNA PARTE IMPORTANTE DE PERSONAS JÓVENES, ESPECIALMENTE ENTRE LOS CHICOS:



PROVOCADORAS

Un 6,9% de hombres considera que las mujeres son las que provocan la violencia

INVISIBILIZAN LA VIOLENCIA

El 20% de los hombres jóvenes consideran que es un invento ideológico inexistente.

NO ES UN PROBLEMA

15,4% opinan que no es un problema si la violencia es de baja intensidad.



El 20% de los adolescentes y jóvenes varones (entre los 15 y los 29 años) consideran que la violencia de género no existe y es solo "un invento ideológico".



Más de 7 de cada 10 mujeres jóvenes consideran que las desigualdades son elevadas, esta afirmación es aceptada sólo por 4 de cada 10 hombres.

TESTIMONIOS DE CHICAS

“Cuando puse aquel tuit sobre el feminismo fue un chico el que me puso que me iba a violar en una discoteca o no sé qué.”

“Los comentarios más agresivos y más dolorosos los hacen los hombres.”

“Algunos se meten contigo y dicen: ‘pero si no es para tanto, sólo era un chiste’ o ‘pero qué más te da si sólo es un chiste’. Aunque sea un chiste, es un problema social.”

“A día de hoy existe la libertad de expresión y claro, pues no todas las opiniones te van a gustar [...] En las redes sociales no llueve a gusto de todos.”
“Yo he recibido mensajes, y todos han sido de hombres, con contenido obsceno.”

El machismo sin complejos: “Yo sí que he visto que antes la gente se cortaba más. Por lo menos en mi entorno. Les costaba muchísimo más hacer discursos del tipo ‘sois todas unas locas’ o ‘es que os inventáis todo’ o hacer bromas sobre violencia de género. Antes les costaba más (...) Ahora creo que se sienten mucho más envalentonados para hacer ese tipo de discurso”.

“Yo creo que hay gente que se expresa así porque sabe que no va a estar solo; que va a haber otros que le van a apoyar y se siente libre de decir lo que quiera y eso hace que no sientan temor a decir lo que les venga en gana”.



5.3. PRINCIPALES BULOS Y NEGACIONISMOS MACHISTAS

Afirmación negacionista:

**NI MACHISMO NI FEMINISMO,
IGUALDAD**



Respuestas:

- “El feminismo salva y el machismo mata”
- “El feminismo es igualdad”
- “El machismo no es igualdad, es una ideología que considera a los hombres superiores a las mujeres”
- “El feminismo defiende los derechos humanos de las mujeres y la igualdad de las personas”.
- “El feminismo quiere transformar el sistema”.
- “El feminismo no está en contra de los hombres, está en contra del machismo que reproduce la sociedad, y dentro de ella, los hombres que no quieren perder privilegios”



Afirmación negacionista:

“Estas diferencias en capacidades (mayores en lo físico, muy pequeñas en lo intelectual) y preferencias (hombres más sistematizadores y orientados a cosas y mujeres más empáticas y orientadas a personas) explican las asimetrías en la división del trabajo y los distintos roles familiares y sociales.”

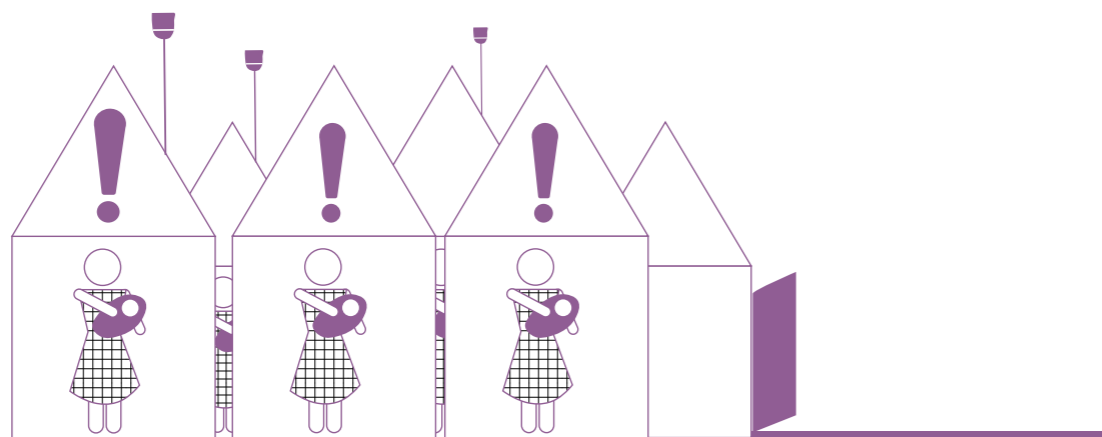
Respuesta:

Según la neurocientífica cognitiva Gina Rippon, no es el cerebro humano el que está intrínsecamente unido "al género", sino el mundo y el entorno en el que crecemos. Las sutiles señales sobre comportamientos "varoniles" y "femeninos", desde el momento del nacimiento, moldean nuestros comportamientos y habilidades.

Fuente: [BBC](#)

Ningún estudio científico riguroso ha podido demostrar que los hombres sean más inteligentes que las mujeres o que éstas sean más inteligentes que los hombres. Por supuesto, hay mujeres más inteligentes que hombres y hombres más inteligentes que mujeres, pero, considerados globalmente, no podemos constatar la superioridad intelectual de ninguno de ellos sobre el otro.

Fuente: [BLOG INVESTIGACIÓN Y CIENCIA.](#)

**Afirmación negacionista:**

“La violencia de género no existe, es violencia doméstica/Intrafamiliar”

Respuesta:

- La violencia de género es la violencia que se ejerce contra las mujeres, por el hecho de serlo y de encontrarse en una situación de desigualdad promovida por el patriarcado. Puede desarrollarse en el ámbito doméstico, o no.
- Los hombres no pueden sufrir violencia de género, pero sí violencia doméstica: las causas de la violencia doméstica no se basan en una desigualdad estructural, como las violencias de género.
- Las causas de la violencia de género y de la violencia doméstica o intrafamiliar son muy diferentes, y por ello requieren legislarse de manera independiente.

Respuesta:

“El 80% de las denuncias por violencia de género son falsas”

Las denuncias falsas de casos de violencia de género no han superado el 0,007 % del total del millón y medio de denuncias presentadas en España en la última década.

En el año 2020, según datos de la Fiscalía General del Estado, no se demostró que ninguna de las más de 150.000 denuncias por violencia de género fuera falsa. Además, los datos de denuncias falsas, han sido insignificantes durante los últimos once cursos, en los cuales sólo podemos hablar de entre 6 y 17 denuncias falsas anuales.

Hay muchísimas más denuncias falsas asociadas a otros delitos, y no por ello se deja de proteger a las víctimas de dichos delitos. La denuncia falsa más frecuente es el delito por robo del teléfono móvil.

«Si una mujer denuncia a su pareja por violencia de género, el hombre esa noche duerme en el calabozo»

Respuestas:

Para que una denuncia, de cualquier tipo, pueda ser interpuesta contra otra persona, primero la policía tiene que considerar que hay indicios suficientes de que ha ocurrido. Sólo irá al calabozo si se demuestra que ha habido violencia. El problema es el contrario, muchas veces no se puede demostrar y la mujer queda desprotegida.

“La mayoría de los agresores son inmigrantes”,
“La cultura de los países de las personas inmigrantes es mucho más machista”

Respuestas:

Cualquier cultura es machista. La violencia y discriminación de las mujeres existen en todas las culturas.

Según el Observatorio contra la Violencia Doméstica y de Género, en 2020, el 69,6% de los responsables de casos de feminicidio eran españoles y el 30,4% extranjeros.

OTROS RECURSOS PARA LEER, VER Y PROFUNDIZAR.

Lectura: Mitos y realidades. El Feminismo ¿Es el feminismo dominante un movimiento liberador para la mujer?

Lectura: La musa de Vox contra las feminazis

Lectura: La extrema derecha que dice defender a las mujeres

Lectura: Las mujeres pagamos un precio muy alto por estar en internet

Vídeo: Mitos y realidades del feminismo



14 “El mundo y yo”

● Objetivo:

Trabajar las emociones, vivencias y reflexiones en torno a la socialización diferencial de género.

● Recursos necesarios:

Hojas A3 y rotuladores.

● Desarrollo:

Paso 1: Pedimos que cada persona escoja un lugar cómodo y se sitúe allí con una hoja y rotuladores. El ejercicio consistirá en que se pinten a sí mismas y a sí mismas, poniendo dentro del dibujo de la persona palabras o símbolos que representen los aprendizajes, mensajes y mandatos basados en el género que han pasado a formar parte de su ser, de su vida. Fuera del muñeco, se hará lo mismo con mandatos de género que ha escuchado, pero que no ha integrado.

Paso 2: Después, todas las personas que lo deseen podrán compartir su obra, sentires y reflexiones. Se interviene sin juzgar, simplemente conectando las aparentes coincidencias, a las que vamos dando nombre para que podamos ver la influencia del sistema patriarcal en nuestras vidas, conectando lo personal con lo político, con mirada de ciudadanía global. Es importante dejar ver la oportunidad de transformación personal y social.



1 HORA

Fuente: [Toca Igualdad. Guía para la movilización social. InteRed.](#)

15 Cada vez somos menos heterosexuales



● Objetivo:

Identificar las estrategias que utilizan las personas que utilizan discursos negacionistas basadas en datos falsos o fuentes poco fiables.

Analizar cómo los negacionismos también se basan en discursos de odio.

● Recursos necesarios:

Ordenador, proyector, pantalla y conexión a internet.



2 HORAS

● Desarrollo:

Paso 1: Se recuerdan las características y estrategias de las personas que defienden discursos negacionistas (ver cuadro en página 120) y se les pide que las tengan presentes cuando vean el vídeo.

Paso 2: Se visualiza el vídeo: [“Cada vez somos menos heterosexuales”](#)

Paso 3: Se plantean las siguientes preguntas para tratar de identificar las estrategias y herramientas que emplean las personas que defienden las teorías negacionistas. Según se vayan planteando las preguntas, se detiene el vídeo o se vuelven a poner las partes a las que hace referencia cada pregunta:

Pregunta 1: ¿Qué fuentes aporta? ¿son fiables?

Claves para el profesorado: Como fuente utilizan un estudio realizado en Inglaterra por una multinacional y otro de una Universidad Cristiana en USA. ¿Esos datos son extrapolables a España? ¿Ocurre lo mismo en todos los países del mundo?

Pregunta 2: ¿Cómo analiza los datos? ¿algo os ha llamado la atención?

● Fuente: elaboración propia

Claves para el profesorado: manipulación, nos hace centrarnos en los datos menos representativos (personas a las que les atraen personas de su mismo sexo o bisexuales), cuando los porcentajes más altos son de la población que se declara heterosexual. Llega a la conclusión de que es una tendencia generalizada en el mundo occidental, pero en ninguno de los estudios que menciona se llega a esa conclusión.

Pregunta 3: ¿Creéis que está intentando crear preocupación, miedo entre la gente?

Claves para el profesorado: Termina hablando de adoctrinamiento de la juventud, de corrupción de menores. Dice que muchos chavales le han escrito, ¿cómo sabemos que es verdad?

Pregunta 4: ¿A quiénes presenta como víctimas? ¿Consideráis que se está transmitiendo un mensaje discriminatorio hacia las personas homosexuales?

Claves para el profesorado: Convierte en víctimas a quienes están en una posición de poder (heterosexuales) ¿Realmente se decide ser homosexual, heterosexual, bisexual? ¿Qué problema habría con que cada vez hubiese más personas homosexuales?

16 ¡Cuidado con el negacionismo de la violencia de género!

● Objetivo:

Conocer los discursos negacionistas de la violencia de género.

Entender cómo pueden perjudicar los discursos negacionistas a las mujeres que han sufrido y sufren este tipo de violencia.

Aprender a distinguir qué es violencia de género y qué son otros tipos de violencia que existen en nuestra sociedad.

Adquirir estrategias y herramientas para hacer frente a los negacionismos.

● Recursos necesarios:

Conexión a internet, ordenador, proyector, móviles o tablets para que el alumnado pueda ver el vídeo las veces que necesite para contestar las preguntas que se plantean

● Desarrollo:

Paso 1: Repasamos las definiciones de violencia de género y violencia intrafamiliar para que queden claras las diferencias. Explicamos también los principales argumentos y estrategias de este tipo de discursos negacionistas y damos los contraargumentos. Estos últimos deben ser asimilados y consensuados con el grupo para que no haya dudas cuando se visualice el vídeo.

Paso 2: [Ponemos el vídeo: Entrevista a Ortega Smith](#) (min 2:23 a 8:47)

Paso 3: Planteamos las siguientes preguntas. Se pueden responder en común o hacer grupos para que las trabajen y luego comentarlas en una puesta en común. Puede que sea necesario repasar partes del vídeo.

¿Qué afirmaciones habituales en la negación de la violencia de género encontráis?

¿Qué estrategias y elementos del negacionismo de la violencia de género podéis identificar?

¿Qué os parece el papel de la entrevistadora? ¿Es correcto? ¿Debería haber tenido otra actitud?

¿Qué consecuencias puede tener este tipo de negacionismo?

¿Cómo le explicaríais a este hombre que no es igual la violencia contra las mujeres que la violencia intrafamiliar?



2/3 HORAS

Fuente: elaboración propia

17 Youtubers con discursos negacionistas de la violencia de género y antifeministas

● Objetivo:

- Analizar los argumentos sobre la negación de la violencia de género que emplean "youtubers" a través de las redes sociales.

- Crear argumentos que confronten el discurso negacionista.

● Recursos necesarios:

Conexión a internet, ordenador, proyector, móviles o tablets para que el alumnado pueda ver el vídeo las veces que necesite para contestar las preguntas que se plantean

● Desarrollo:

Paso 1. Presentamos la actividad: explicamos que vamos a ver un vídeo de dos youtubers famosos, Jordi Wild o Giorgio y Roma Gallardo. De forma previa, preguntamos si ya los conocen y si les gustan y propondremos hacer dos grupos y buscar información sobre quiénes son, cuál es su actividad en las redes sociales, los temas que tratan.... En grupo abriremos debate: ¿Qué opinión tenéis sobre estos youtubers? ¿Creéis que pueden ser fiables? ¿Por qué? ¿Os ha parecido que les gusta llamar la atención creando polémica?

Paso 2: Visualizamos los vídeos y detectamos los argumentos negacionistas. Se trata de identificar las estrategias y herramientas que emplean las personas que defienden discursos negacionistas de la violencia de género.

○ HABLANDO DE LA LEY DE VIOLENCIA DE GÉNERO Y LA LEY HOMBRE/MUJER CON ROMA GALLARDO | The Wild Project. Jordi Wild.

○ PREGUNTANDO A FEMINISTAS 8M 2021 PRIMERA PARTE. Roma Gallardo.

Paso 3: Crear argumentos que desmonten los negacionismos. Se puede proponer al alumnado presentar los argumentos que defiendan la existencia de la violencia de género y presentarlo en forma de rol -playing, en forma de mural, en forma de vídeo, Como conclusión se puede ver el vídeo "[Respuestas feministas para cuñaos](#)" de Irantzu Varela y el de Respondiendo al [VÍDEO VIRAL de ROMA GALLARDO](#)



3 HORAS



06

NEGACIONISMOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO

A pesar del amplio consenso científico en torno a las evidencias del cambio climático, existen importantes resistencias políticas, ideológicas y económicas que paralizan iniciativas para enfrentar el calentamiento global.

Estas actitudes de rechazo al calentamiento global son perversas porque su objetivo principal es generar dudas y oscurecer la verdad, de manera que las acciones que se pudieran emprender para frenar el cambio climático en los diferentes niveles, quedan bloqueadas por la inacción.

El incremento de la evidencia científica hace cada vez más insostenible negar la realidad, lo que ha llevado a expertos conservadores y libertarios a modificar sus tácticas. De esta forma, han emergido grupos poderosos que “niegan sin negar” el cambio climático. Sin negar que el planeta se esté calentando, afirman que las consecuencias negativas del aumento de las temperaturas se exageran de forma alarmante. Cuestionar la gravedad del problema, también alimenta la inacción.

Alexandria Ocasio-Cortez habló de climate delayers en 2019: son personas que parecen aceptar que es necesario hacer algo sobre el cambio climático, pero que no parecen comprender su urgencia. Estas personas no son mucho mejores que las personas que niegan que exista el cambio climático. Ya no son personas excéntricas que niegan lo evidente, sino personas, empresas e instituciones organizadas que quieren impedir una transición que, por otra parte, no puede demorarse más en el tiempo. Fuente: [La Marea](#).



6.1. ¿CUÁLES SON LAS CAUSAS Y CONSECUENCIAS DEL CAMBIO CLIMÁTICO Y DEL CALENTAMIENTO GLOBAL?

El responsable del cambio climático es el ser humano y sus emisiones de gases de efecto invernadero que calientan el planeta. El gas más conocido es el CO₂, causante del 63% del calentamiento global, pero existen otros como el metano o el óxido nítrico.

LAS 7 CAUSAS PRINCIPALES

1 GENERACIÓN DE ENERGÍA

La generación de electricidad y calor mediante la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo y el gas natural provoca una gran parte de las emisiones mundiales. La mayor parte de la electricidad se sigue produciendo con combustibles fósiles; tan solo una cuarta parte proviene de la energía eólica, la solar y otras fuentes renovables.

2 PRODUCTOS MANUFACTURADOS

La industria y el sector manufacturero generan emisiones, sobre todo a partir de la quema de combustibles fósiles que permite producir la energía necesaria para la producción de cemento, hierro, acero, electrónica, plásticos, ropa y otros bienes. La minería y otros procesos industriales también liberan gases.

3 TALA DE BOSQUES

La tala de bosques para crear granjas o pastos, o por otros motivos, provoca emisiones, ya que los árboles, al ser cortados, liberan el carbono que han estado almacenando. Como los bosques absorben dióxido de carbono, su destrucción también limita la capacidad de la naturaleza para mantener las emisiones fuera de la atmósfera.

4 TRANSPORTE

La mayoría de los coches, camiones, barcos y aviones funcionan con combustibles fósiles. Esto hace que el transporte sea uno de los principales responsables de los gases de efecto invernadero, especialmente de las emisiones de dióxido de carbono. Los vehículos de carretera representan la mayor parte, pero las emisiones de los barcos y los aviones siguen creciendo.

PRODUCCIÓN ALIMENTARIA

5

La producción de alimentos requiere energía para hacer funcionar los equipos agrícolas o los barcos de pesca, generalmente con combustibles fósiles. Los cultivos también provocan emisiones, como al utilizar fertilizantes y estiércol. El ganado produce metano, un potente gas de efecto invernadero. Y las emisiones también proceden del envasado y la distribución de alimentos.

Si la población europea consumiera la mitad de la carne que consume, estaríamos ahorrándole al planeta Tierra entre un 25% y un 40% de emisiones de efecto invernadero.

6

SUMINISTRO ELÉCTRICO DE EDIFICIOS:

A nivel mundial, los edificios residenciales y comerciales consumen más de la mitad de la electricidad. Al seguir recurriendo al carbón, el petróleo y el gas natural para la calefacción y la refrigeración, emiten cantidades importantes de gases de efecto invernadero.

CONSUMO EXCESIVO

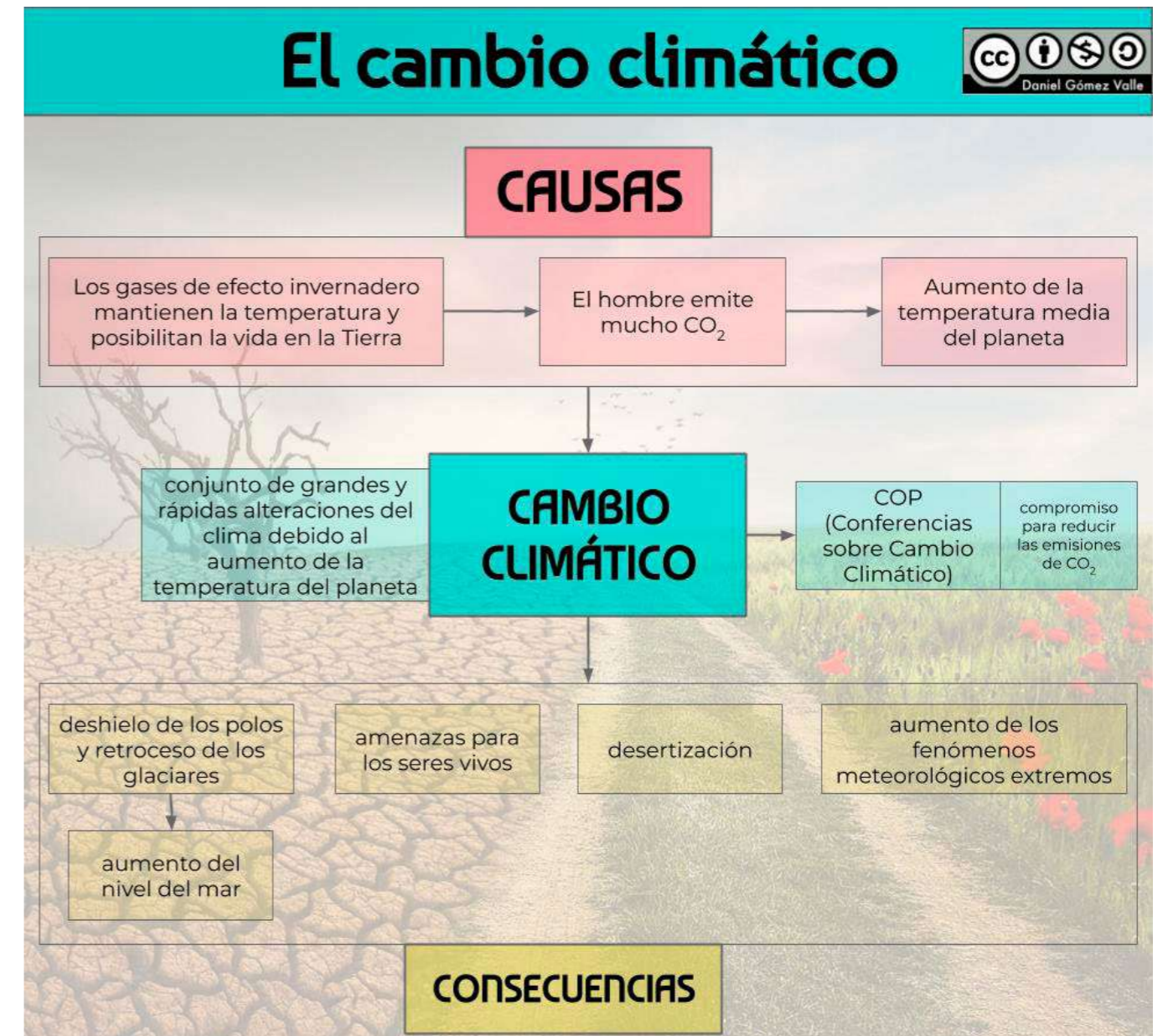
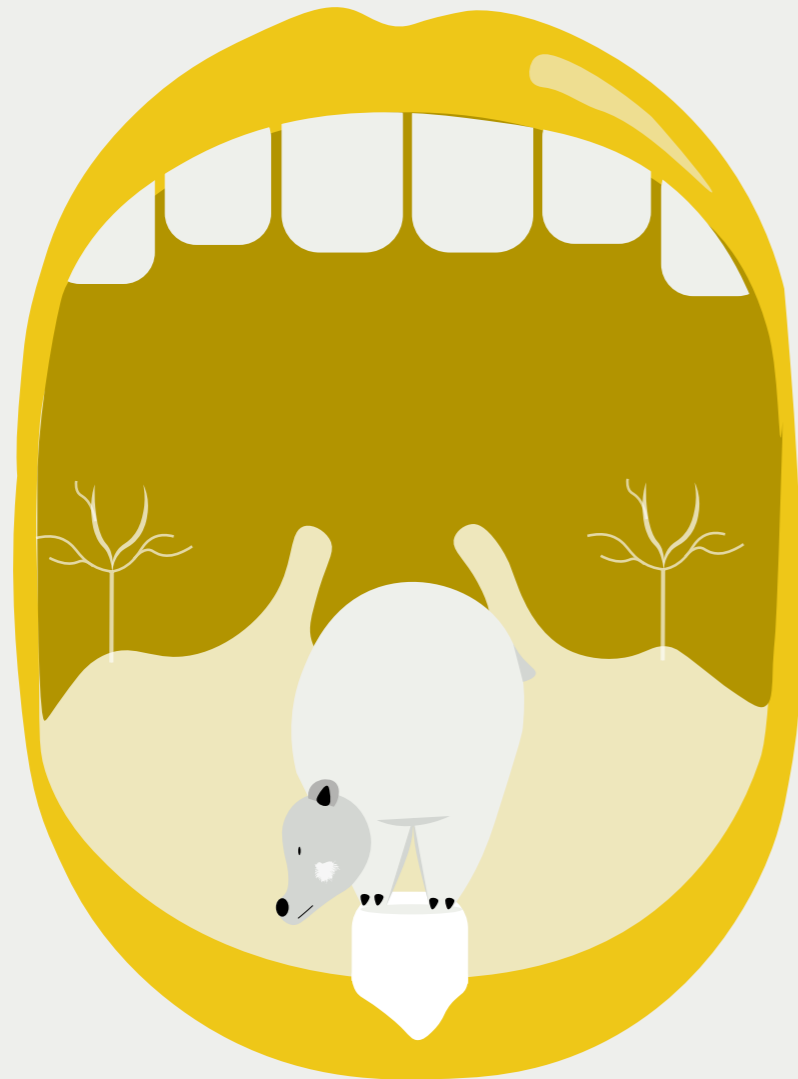
7

Tu casa y cómo usas la energía, la forma en la que te desplazas, lo que comes y la cantidad de desperdicios que tiras contribuyen a las emisiones de gases de efecto invernadero.

También lo hace el consumo de bienes como la ropa, la electrónica y los plásticos.

Fuente: [Naciones Unidas. Acción por el Clima](#)



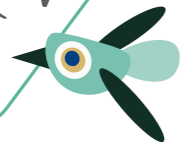


6.2 ACCIONES PERSONALES Y GLOBALES QUE SE PUEDE HACER PARA FRENAR EL CAMBIO CLIMÁTICO



- Aprovecha la luz natural.
- Reduce, recicla y reutiliza.
- LLeva bolsas de tela a la compra.
- Usa el transporte público. Conduce menos.
- Reduce el tiempo bajo la ducha.
- Apaga los dispositivos que no usas.

"PARTICIPA EN MOVILIZACIONES POR EL CLIMA PARA CAMBIAR LA AGENDA POLITICA Y ECONOMICA A NIVEL LOCAL, NACIONAL E INTER-NACIONAL".



- Elige productos de temporada.
- Evita el exceso de embalaje.
- Usa bombillas de bajo consumo.
- Utiliza energías renovables.



NO HAY PLANETA B

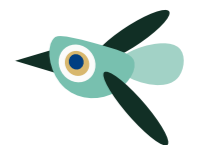


¡¡JUSTICIA CLIMÁTICA YA!!

- Come menos carne.
- Moda ecológica.
- Cuida de tus bosques.

- Piensa en verde.
- Reduce el consumo de agua.
- Compra productos locales.

¡¡HAY MÁS PLÁSTICO QUE SENTIDO COMÚN!!



6.3 ¿QUIÉN SE BENEFICIA DE LOS NEGACIONISMOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO?

La planificación e intervención en el sistema energético que requiere el cambio de uso de energías fósiles, causantes del cambio climático, por energías que no emitan gases de efecto invernadero como la energía eólica y la solar, son el principal campo de batalla de quienes niegan la existencia de un cambio climático.

“El ecologismo es un movimiento político: su objetivo es frenar el progreso de la civilización occidental, obligando a los individuos y a las empresas a reducir o dejar de usar una fuente de energía que es la más barata y la más útil” Domingo García, presidente de la Asociación Internacional para el Avance del Objetivismo.

“En nuestra fundación entendemos que hay una posición exagerada sobre el cambio climático, no tenemos claro que se deba exclusivamente a la acción humana y lo que pensamos, en cualquier caso, es que la cuestión del clima no puede convertirse en una excusa para retirar libertad económica y que haya mayor intromisión de los estados en los mercados” Juan Pina, secretario general de la Fundación para el Avance de la Libertad.

“Las compañías de combustibles fósiles más poderosas han invertido 251 millones de euros para presionar a la UE para retrasar o bloquear las políticas climáticas desde 2010, incluidos ExxonMobil y Shell”. Informe del Observatorio de Europa Corporativa, Food & Water Europe, Friends of the Earth Europe y Greenpeace.

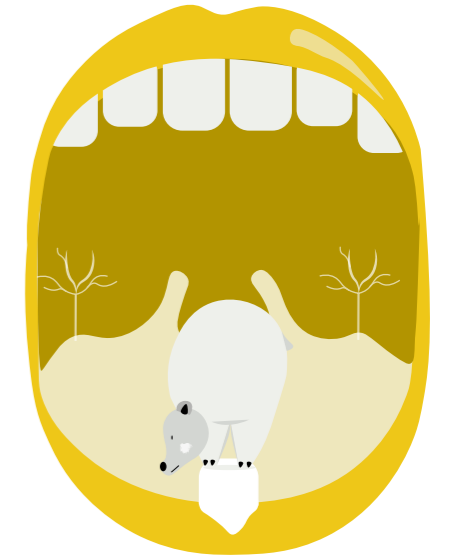


Fotograma del vídeo ‘La verdad sobre el cambio climático: [Te MINTIERON en la escuela](#)’, una vuelta de tuerca al negacionismo del cambio climático. [Y el vídeo respuesta Dalas Review.](#)

6.4. EJEMPLOS DE NEGACIONISMO DEL CAMBIO CLIMÁTICO MÁS HABITUALES:

Afirmación negacionista.

“SE HAN PRODUCIDO OTROS CAMBIOS CLIMÁTICOS A LO LARGO DE LA HISTORIA DE LA TIERRA”



Respuesta:

Por supuesto, los registros son evidentes. Sin embargo, afirmar que las personas no son la causa del Cambio Climático actual es como argumentar que no podemos causar incendios forestales porque estos ya eran provocados por los rayos en el pasado.

Afirmación negacionista:

“¿Cómo va a estar produciéndose un Cambio Climático si hace frío?”

Respuesta: Menos frío no significa nunca frío.

Los días fríos, las lluvias y la nieve ocurrirán con menos frecuencia a medida que el mundo se calienta, pero no desaparecerán. Desde 1950, los días calurosos se han vuelto más comunes, así como los días fríos menos frecuentes en todo el mundo.

Afirmación negacionista:

“El Cambio Climático es un proceso natural: los seres humanos no son responsables”

(Versión descafeinada del negacionismo: existe, pero no tenemos responsabilidad en ello)

Respuesta:

- Está científicamente comprobado que el principal mecanismo implicado en el Cambio Climático y el Calentamiento Global es el efecto invernadero. Existe una relación inefable entre la acumulación de estos gases en la atmósfera a nivel planetario y el aumento de las temperaturas globales.

Afirmación negacionista:

“No toda la comunidad científica confirma el Cambio Climático”

Respuesta:

97% de la comunidad científica coincide en la existencia del fenómeno y en la razón por la que se está produciendo: la actividad humana.

Afirmación negacionista:

“Un par de grados o tres no son para tanto”

Respuesta:

Sí, 2 grados a nivel global implican consecuencias muy graves: sequías más acusadas, olas de calor más acentuadas, lluvias más intensas y peor distribuidas en el tiempo, inundaciones, huracanes cada vez más violentos, el calentamiento de los mares y la muerte de los arrecifes de coral, el derretimiento de los glaciares, el aumento de los desiertos, hay un millón de especies en riesgo, aumenta la inseguridad alimentaria y con ellas los desplazamientos de la población, Piénsalo, la diferencia entre cero y un grado centígrado es la diferencia entre el hielo y el agua. Los hogares de 200 millones de personas estarán por debajo del nivel del mar en 70 años. [\(National Geographic\)](#)

ACTIVIDAD 18
Ver pag 98.

¿QUÉ PASA CON EL
CAMBIO CLIMÁTICO?

OTROS RECURSOS PARA LEER, VER Y PROFUNDIZAR.

- **Vídeo:** [5 ARGUMENTOS frente al NEGACIONISMO del Cambio Climático](#)
- **Lectura:** [El cambio climático: negacionismo, escepticismo y desinformación](#)
- **Lectura:** [De los negacionistas a los retardistas](#)
- **Fotografías:** [El cambio climático en imágenes](#)



18 ¿Qué pasa con el Cambio Climático?

○ Objetivo

Conocer los principales argumentos del negacionismo del Cambio Climático y las respuestas para desmontarlos.

○ Recursos necesarios:

Ordenador, proyector, pantalla y conexión a internet.

○ Desarrollo:

Paso 1. Comenzamos explicando en qué se basa el negacionismo del Cambio Climático, a quien beneficia y cuáles son los principales argumentos.

Podemos utilizar el siguiente vídeo para conocer los ejemplos más habituales y las respuestas desde la comunidad científica mayoritaria:

[5 ARGUMENTOS frente al NEGACIONISMO del Cambio Climático](#)

Paso 2. A continuación, visualizamos el siguiente vídeo

Los negacionistas o cómo relativizar el impacto del cambio climático - [laSexta columna](#)

Paso 3. Debate.

¿Conocíais este tipo de afirmaciones negacionistas del Cambio Climático? ¿Creíais que era verdad alguna de ellas? ¿Cuáles? ¿Qué opináis ahora? ¿Qué consecuencias puede tener en la población difundir bulos sobre el Cambio Climático

Fuente: elaboración propia.



2 HORAS

Fuente: Elaboración propia



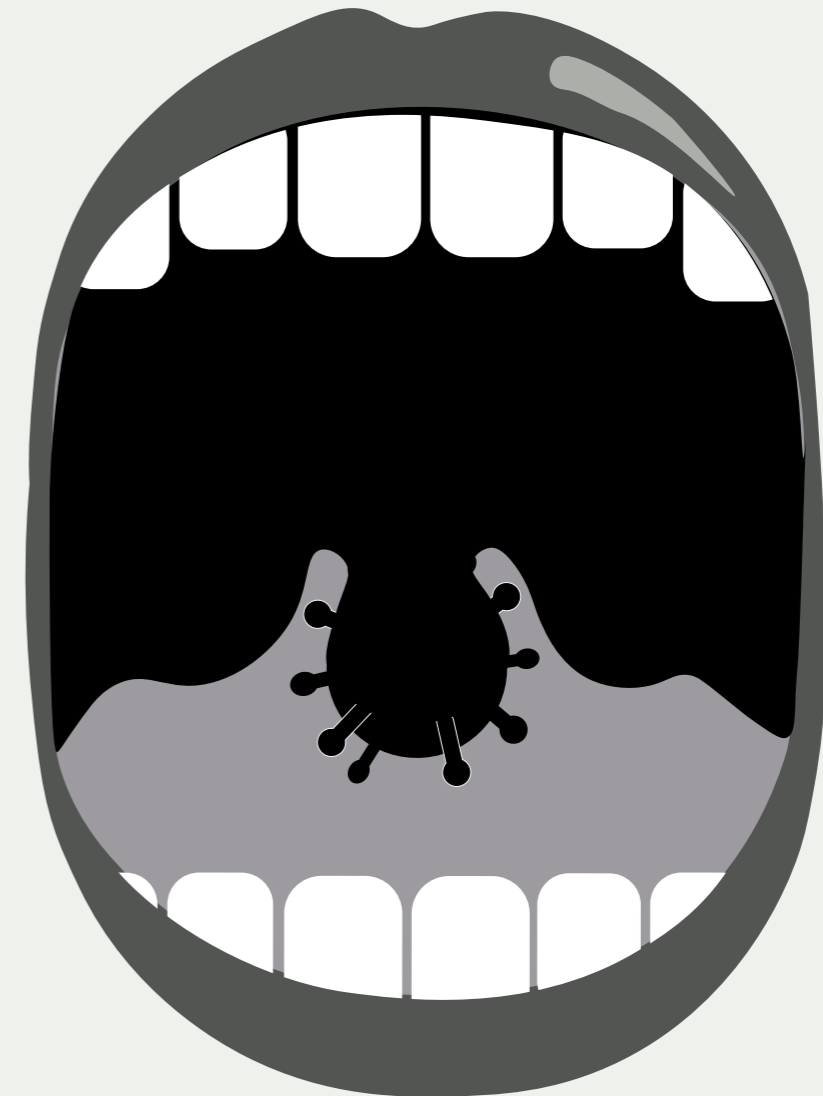
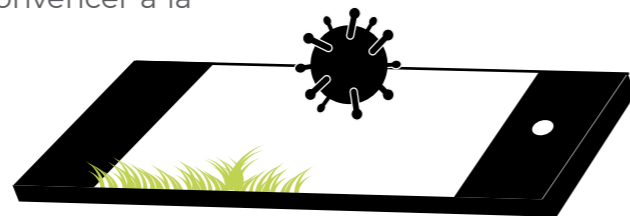
07

NEGACIONISMOS DEL COVID -19**7.1. La infodemia**


La infodemia o exceso de información, que nos lleva a la incertidumbre sobre qué creer, así como a la desinformación, ha arrasado en la época de la pandemia del COVID-19. Las redes sociales llevan años siendo el campo de cultivo de 'fake news', bulos e ideas conspiranoicas de unos pocos. Pero con la pandemia global, plataformas como Twitter, Youtube, Facebook e Instagram, y también las aplicaciones de mensajería como WhatsApp o Telegram han conectado los cinco continentes alimentando los discursos negacionistas y el rechazo a las medidas que los diferentes gobiernos implantaban para detener un virus desconocido.


Mensajes y vídeos que cuestionan la utilidad de las medidas sanitarias, las vacunas o que el propio virus exista, han plagado las redes desde el inicio de la pandemia hasta la actualidad.


Con bucear un poco encontramos desde 'influencers' que cuestionan que la mascarilla sirva de algo o que vaya a afectar a los demás que no se lleve, a vídeos de personas con bata blanca que rechazan la validez de las pruebas PCR o la de las vacunas. Se trata de un movimiento que se vale de las redes sociales para convencer a la población sobre sus ideas.




7.2. ¿Quién se beneficia del negacionismo de la COVID-19?

 **Venta de tratamientos alternativos no testados científicamente:** Las páginas de referencia de los movimientos antivacunas están llenas de opciones y ofertas de venta directa (sin control sanitario ni prescripción médica) de tratamientos para casi todas las dolencias conocidas o por conocer (no solo Covid-19) que no han sido testados previamente.

 **Compensaciones millonarias:** Reclamar efectos secundarios graves atribuyéndolos a la vacunación COVID-19 (o a cualquier otra vacuna) con argumentos diversos: investigación insuficiente, introducción prematura, riesgos potenciales aún no observados, intereses comerciales....

 **Redes sociales:** las personas que reaccionan a un mensaje antivacunas fácilmente pueden convertirse en grupos de interés electoral, en posibles clientes de medicinas alternativas, en consumidores de algún producto real o político, etc. La gestión de estas bases de datos (decenas de millones de contactos al alcance de la propaganda de un producto) es, en realidad, una de las consecuencias de compartir un tuit o de aceptar un comentario aparentemente banal.

 **Minuto de gloria:** las posiciones tremendistas contra la vacunación o contra las vacunas han encumbrado por unos minutos a personajes muy variados que han retenido la atención del público y los medios. Desde el curandero convencional a los tertulianos o incluso a algunas personas profesionales de la salud. Ir a contracorriente es un cebo irresistible para los medios de comunicación, fácilmente presentable como “democracia informativa” y “respeto a todas las opiniones”.

ACTIVIDAD 19

¿VERDAD O BULO? juego de mesa. Descárgalo [aquí](#).



7.3. Ejemplos de negacionismo del COVID-19 más habituales:



Afirmación negacionista: “Tomar suplementos de vitaminas y minerales cura la COVID-19”

Respuesta: No existe evidencia alguna que sugiera que el consumo de este tipo de suplementos sea un tratamiento efectivo para tratar el coronavirus.

Afirmación negacionista:



Respuesta:



El personal sanitario lleva utilizándolas décadas y está demostrado que no pueden provocar intoxicaciones por CO2 ni generar insuficiencia de oxígeno en nuestro organismo. La mascarilla es uno de los mecanismos más eficaces para evitar la transmisión de todos los virus que se transmiten por vía respiratoria.

Afirmación negacionista: “La pandemia ha sido provocada por la expansión del 5G”

Respuesta: “Los virus no pueden viajar por las ondas de radio/redes móviles”, afirma la OMS indicando que el virus se ha extendido en muchos países sin redes móviles 5G.

Afirmación negacionista: “El virus ha sido creado en un laboratorio para reducir la sobrepoblación mundial”

Respuesta: La realidad es que los orígenes del SARS-CoV-2 continúan siendo un misterio. Hasta el momento la comunidad científica coincide a la hora de señalar como el origen más probable del virus una zoonosis, es decir, un virus que se transmite de forma natural de los animales a los seres humanos y viceversa.

Afirmación negacionista: “Las vacunas contienen microchips para controlarnos” o “son un método para esterilizar a la población”, etc, etc, etc.

Respuesta: Más allá del debate que puedan suscitar las vacunas, cuya eficacia podremos comprobar más a medio plazo, este tipo de argumentos están creados por personas que se obsesionan con una teoría de la conspiración, que les hace sentirse “elegidas”, “más sabias” que el resto, y que se sienten parte de una comunidad especial que va a contracorriente....



08

ANIMAMOS EL ACTIVISMO JÓVEN.

Cambiamos de marco

El reto que tenemos es el de construir alternativas radicalmente diferentes a lo conocido y encontrar una narrativa diferente y transformadora, que no se pueda corromper con las posturas negacionistas y los discursos de odio. **NECESITAMOS MARCOS, PERO DE LOS BUENOS**, en los que se propaguen valores a favor de la igualdad, de la justicia global, de los cuidados, del medio ambiente, de la defensa de los derechos, etc.

Los marcos cognitivos son modelos que utilizamos para comprender la realidad. En muchas ocasiones, los marcos que tenemos aprendidos, limitan nuestra capacidad de imaginar alternativas. Pero los marcos son construidos y, por tanto, se pueden cambiar. ¿Cómo?:

1

Identificamos a las personas que son **LOVERS**, ya convencidas, a las **HATERS**, con opiniones inamovibles, y a las **AMBIVALENTES**, que pueden cambiar su posición (y su marco).

2

Identificamos los discursos que existen y que remiten a marcos no transformadores. Como todos los negacionismos que hemos visto en esta guía.

3

Construimos narrativas completamente alternativas y las difundimos.

ACTÍVATE – ACTIVA TU ENTORNO



8.1. ¿Qué podemos hacer? Tipos de activismo

Activista es alguien que se implica y participa en una campaña a favor del cambio, normalmente en cuestiones políticas o sociales. Los y las activistas transforman los mensajes de odio en esperanza. Sensibilizan y conciencian.

Existen diferentes maneras de ser activista y podemos actuar participando a través del voluntariado en diferentes organizaciones; ONGDs, asociaciones en nuestra ciudad o barrio (juveniles, de apoyo a las personas migrantes, feministas, ecologistas, animalistas...) o incluso crear una organización propia.

Los objetivos principales del activismo suelen ser:

- La toma de conciencia sobre un problema (Cambio Climático, discriminaciones por razón de género, etnia, problemáticas que afectan a nuestro barrio o pueblo, etc....)
- Atraer a otras personas a una causa.
- Hacer ver a la clase política o a quienes están en el poder que la gente les está observando.

8.1.1. Activismo de calle:

Este tipo de activismo se puede llevar a cabo a través de diferentes iniciativas como pueden ser: acciones públicas, teatro callejero, una marcha de protesta, recogida de firmas, sentadas, organización de jornadas o incluso eventos festivos...

Si queremos organizar una acción pública, debemos tener en cuenta la importancia de hacer algo que atraiga la atención: hacer reír a la gente, o detenerse y asombrarse. Nuestra intención es que, por lo menos, la gente hable o recapacite sobre el tema en el que se centra nuestra acción.

Fuente: [Compass. Manual de Educación en Derechos Humanos con jóvenes](#)

LA
PEDAGOGÍA
DIARIA

- Sensibiliza a tu entorno sobre el problema de la desinformación.
- Difunde los datos reales y las encuestas que se desarrollan en torno a temas de debate.
- Prepárate una mochila de argumentos y datos para rebatir las ideas negacionistas que te encuentras en tu día a día.

ACTIVIDAD 20
Página 114:

CONOCIENDO LA
MOVILIZACIÓN
SOCIAL

8.1.2. Ciberactivismo: ¡OYE, EL CIBERACTIVISMO TE NECESITA!

Las redes sociales son un entorno ideal para aportar opiniones sobre una situación social en la que se busca generar un cambio positivo. Sin embargo, en plataformas sociales como Facebook, Twitter, YouTube o Instagram, también surgen mensajes agresivos y discriminatorios generados por haters o trolls, que son capaces de alcanzar una gran difusión. Por esta razón es importante la entrada en el terreno del ciberactivismo.

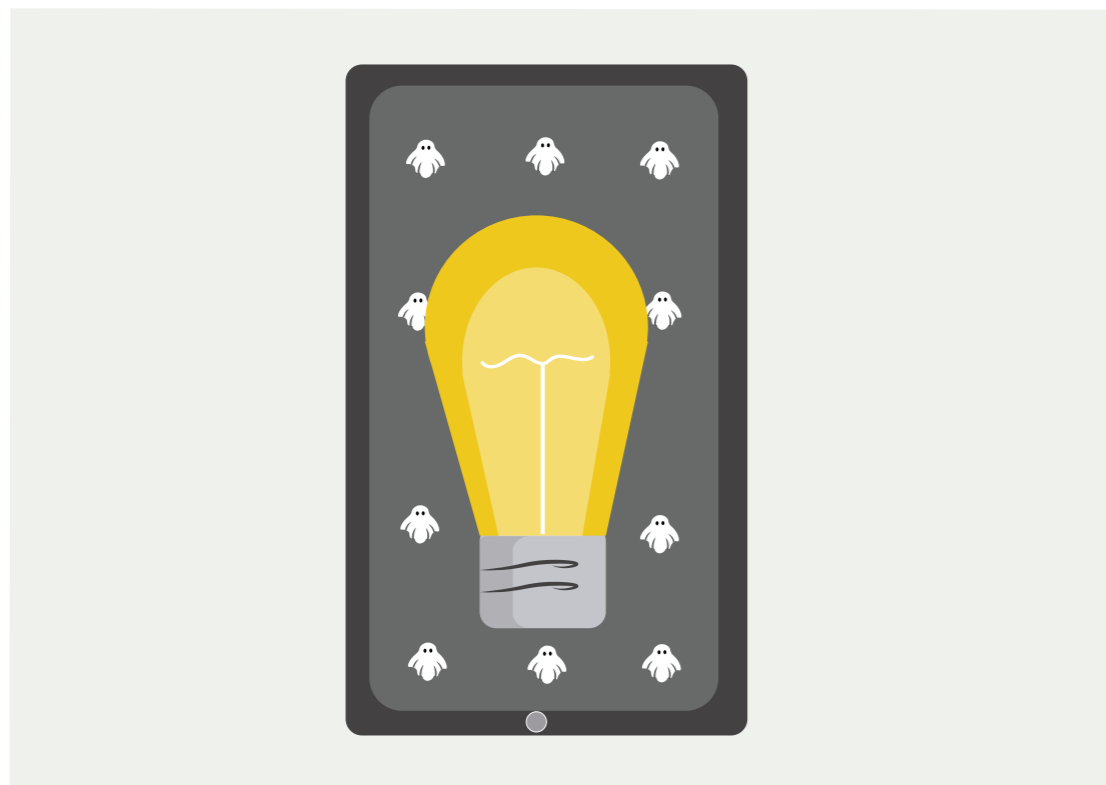
Si eres ciberactivista podrás actuar frente al odio, los negacionismos y la polarización a través de las redes sociales, páginas web, allá donde se detecte una noticia falsa o una redacción poco adecuada, o en los foros de noticias donde circulan a menudo mensajes violentos o de contenido discriminatorio.

Ser ciberactivista es movilizarse activamente por la defensa de los derechos humanos y es una forma de incidencia con enfoque de ciudadanía global que puedes realizar desde tu ordenador o tu móvil.

¿Cómo lo hago?

PRIMERO, PIENSA:

Antes de escribir un mensaje en redes sociales, piensa. ¿El contenido puede ser hiriente para una persona o colectivo? ¿El mensaje tiene contenido o expresiones violentas, machistas o denigrantes? ¿Lo que por redes sociales o en foros de noticias es lo mismo que le dirías a una persona a la cara?



LUEGO ACTÚA:

Corta la cadena y no difundas discursos de odio, negacionistas o noticias falsas.

Crea y difunde noticias positivas: posts o contenidos basados en información real, desde la empatía, la igualdad y la solidaridad.

Responde: Si en los muros de tus amistades observas publicaciones dañinas que puedan afectarte a ti o a otras personas, contesta desde el respeto y con argumentos veraces que desmonten su teoría.

Difunde en positivo- No sólo respondemos, creamos nuevos marcos: Difunde y comparte información relevante y ejemplos que ayuden a visibilizar de manera positiva a los grupos que son atacados por haters.

Denuncia: Cuando veas un mensaje claramente xenófobo, misógino o cualquier mensaje de ciberodio haz una captura de pantalla del comentario y del perfil del usuario/a, guarda la imagen y procede a denunciar el contenido ofensivo en la propia red social. También en los diferentes Observatorios del odio que existen.



¡OJO! PROTÉGETE DE LOS PELIGROS DE LAS REDES

Protege tu identidad: en nuestro perfil nunca daremos datos personales como el nombre completo, la dirección, el teléfono, donde estudiamos, etc.

Protege tu cuenta para que sólo tengan acceso a tus contenidos las personas que tú conoces.

Crea una cuenta exclusiva para el ciberactivismo, y no la relaciones con nada personal. Puedes trabajar en grupo.

Atención a los perfiles falsos, mejor no hablar con personas desconocidas, no sabemos quién está detrás.

Mejor no cuelgues fotos, ten en cuenta que pueden ser manipuladas y ser utilizadas contra ti. Además, las podrá ver gente que tú no conoces y dentro de muchos años, cuando quizás no te interese que te vean en determinado lugar o con determinada gente.

Si te atacan no entres en polémica, bloquea a las personas que te molesten, denuncia al servicio de seguridad de las redes sociales y si es necesario cierra tu cuenta de ciberactivista.

Si quieres ampliar:
Guía Save a Hater. Injuve

8.2. Referentes feministas y de lucha contra el cambio climático en las redes sociales

En este apartado te proponemos como estrategia didáctica contar con personas que son referentes en las redes y que están posicionadas en las temáticas que nos interesa trabajar. Como comentamos al inicio de la Guía, usar las redes y personas influencers nos facilita conectar con el mundo y los intereses de las personas jóvenes, lo que nos facilita el camino para trasladar los mensajes que queremos pasar.

Es muy importante antes de trabajar con estos/as referentes en una sesión, explorar bien todas las opciones, y ver realmente qué referentes se adaptan tanto a las personas que hay en nuestro grupo, como a los objetivos de nuestra sesión. Además, muchas de las influencers que proponemos, tienen muchos materiales diferentes, y es muy importante hacer una buena selección previa de aquello que se adapta a las necesidades de cada sesión.

Podemos hacerlo de diferentes maneras:

Descubrir con el grupo los materiales (artículos, vídeos, etc) de estas personas para introducir o profundizar en ciertos temas.

Proponer seguirlos de forma cotidiana para estar al día de las novedades y compartirlas entre nuestro grupo o en redes sociales.

Animar a descubrir y difundir sus creaciones, viñetas, escritos, vídeos, cuando estos se correspondan con nuestros objetivos.

Tomarlos como referencia para crear nuestros propios proyectos de activismo o ciberactivismo: creación de vídeos parecidos; propuestas de movilización en nuestro centro, asociación o barrio; publicación de "post"; etc.

- Hacer investigación y descubrir nuevos referentes.
- Y en definitiva, inspirarte en sus acciones y discursos, siempre de forma crítica y aplicando nuestro propio marco.

A continuación encontrarás un listado de influencers y referentes que te puede ayudar, pero es muy interesante que localices también a los grupos y referentes que están en tu zona y que manejan las personas jóvenes con quienes trabajas.



8.2.1. Referentes feministas

Tik toker feministas:

Una referente feminista en TikTok: [Carla Galeote](#).

Algunos ejemplos de jóvenes que usan TikTok para hacer activismo:

[@_riverss_](#): [Tag del 8M](#)

[@gabrielajulissaal](#): [Feminismo desde Perú](#).

[@grace_toca_world](#): [Justicia, respeto e igualdad](#).

[@igualdad.de.genero](#): [Lecciones sobre igualdad](#). Parte 1. [Lecciones sobre igualdad](#). Parte 2..

[@mujeres_al_poder](#): [¿Cómo voy a ser yo machista?](#)

[@paonel_toca](#): [Desde pequeña te lo van a indicar](#)

[@madameartichaut](#): [Un antifeminista puede intentar convencerme...](#)

Youtubers feministas:

Psico Woman. Isa Duque sexóloga y Terapeuta sistémica familiar. El canal de youtube "Psico Woman", junto a sus redes sociales (Facebook e Instagram) nos facilita contenidos sobre muchos temas diferentes que son de interés y actualidad entre la gente joven.

Henar Álvarez. Influencer feminista que dice las cosas claras. La encuentras en [Buenismo Bien](#) y en las redes.

Feminista Ilustrada. María Murnau activista feminista, escritora, ilustradora y también se dedica a dar conferencias y talleres por todo el país. Tiene muchos vídeos sobre sexualidad y feminismo.

El tornillo de Irantzu Varela. Publica vídeos de entre 4 y 6 minutos en la plataforma de público, y puede ser interesante para trabajar temas concretos relacionados con el feminismo.

En Instagram:

Femme Sapiens. Helena Sotoca se encuentra detrás de Femme Sapiens, una cuenta que aúna arte y feminismo. En ella su creadora reinterpreta obras clásicas, añadiéndoles textos y unas 'captions' feministas. Te encantarán.

La Fluorra. Un toque de humor. Vía memes y collages, La Fluorra trata temas como la salud mental, las relaciones afectivas y hace crítica social, siempre con perspectiva de género.

Moderna de Pueblo. Raquel Córcoles, una periodista, ilustradora y escritora se encuentra detrás de esta cuenta, que además de otras cuestiones actuales, aborda activamente problemáticas que afectan a las mujeres como el acoso callejero, la violencia obstétrica o los techos de cristal a través de cómics e ilustraciones.

Feminismoen8bits. Una cuenta muy original. Su creadora, Laura, analiza videojuegos desde una perspectiva feminista interseccional.

Sindy Takanashi. "Me sienta tirando a regulín la realidad de las mujeres y niñas", reza el perfil de Sindy Takanashi, que en su cuenta aborda cuestiones relevantes para el feminismo como la prostitución, el aborto o la violencia de género.

Jóvenes por la igualdad:

[Federación de mujeres jóvenes feministas](#).
[#jovenesfeministasburgos](#).

El activismo feminista también es cosa de hombres:

Hombres contra el machismo. [Ver en Instagram](#).
Asociación de hombres por la igualdad de género. [AHIGE](#).

[Nuevas masculinidades](#). [Ver en Instagram](#).
[#Mikalgomezz](#) en [#sintabushow](#)

Y muchos más grupos, identifica quienes están en tu territorio.

Otros ejemplos de activismo en las redes:

Jóvenes actuando para deconstruir la concepción social y cultural de género. Interred Catalunya. [Ver en Youtube](#).

Asamblea feminista IES "Félix de Azara". [Ver en Youtube](#)

Love Yourself feat Pilares Feministas. Adolescencias y cuerpos. [Youtube](#).

Proyecto Youtubers por la Igualdad:

○ [¿Por qué yo no puedo ser mecánica?](#)

○ [Es tu vida, manéjala tú](#).



8.2.2. Referentes contra el Cambio Climático

Tik Tokers por el cambio climático:

@cumbre.ambiente: [¿Qué tienen en común...?](#)
 @dlshad105: [Estas son las formas...](#)
 @salmagomezp: [Nuestra última y pequeña oportunidad...](#)

Fridays for future (busca en tu territorio):

- [En Barcelona.](#)
- [En Euskal Herria.](#)
- [En Madrid.](#)
- [En Valencia.](#)

Grandes referentes:

Greta Thunberg: [#gretathunberg](#) es una activista medioambiental sueca, centrada en los riesgos planteados por el calentamiento global. Thunberg ha inspirado a multitud de jóvenes en lo que se ha descrito como el «efecto Greta Thunberg».

Hope! [Vídeos para el cambio:](#) Influencer constante con multitud de publicaciones que explican el cambio climático y sus efectos.

Marta Canga Defensora e influencer de la moda sostenible, Marta es una pequeña mente concienciada con la responsabilidad que tenemos como ciudadanas y ciudadanos de tratar de hacer nuestro planeta un mundo mejor.

Extinction Rebellion: [Rebelión Global](#) es un movimiento internacional y políticamente no partidista, descentralizada, que utiliza la acción directa no violenta y la desobediencia civil para persuadir a los gobiernos de que actúen con justicia en la Emergencia climática y ecológica.

Javier Peña: [Hope Revolution](#) este proyecto tiene como misión traducir el conocimiento científico sobre el clima y la ecología a vídeos cortos rigurosos pero comprensibles por cualquiera.

Mariana Matija Como ella misma se define: Presidenta del club de fans del planeta Tierra. Actitud Eco ante la vida que comparte a través de Instagram, participación en podcast y unas estupendas ilustraciones.

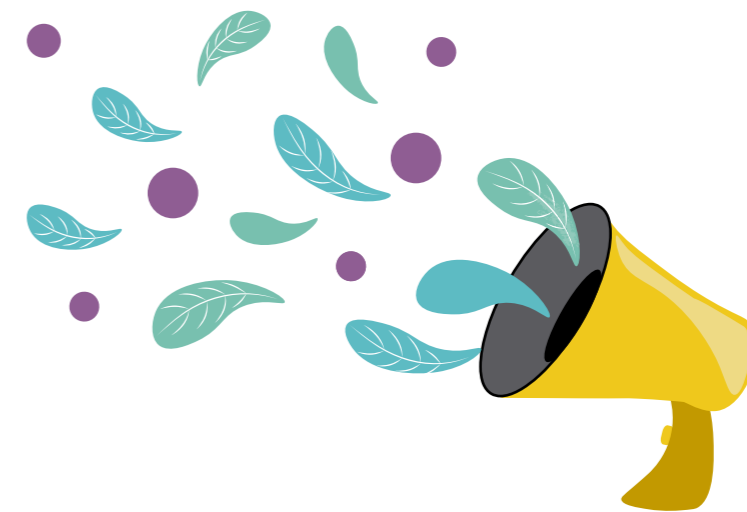
Carlota Bruna Activista por los animales y la defensa del medioambiente, Carlota comparte frecuentemente sus reflexiones e inquietudes sobre el cambio climático en sus publicaciones.

ACTIVIDAD 22 Página 116:

LLUVIA DE IDEAS Y ORGANIZACIÓN DE UN GRUPO CIBERACTIVISTA

8.3. Buenas prácticas

- **Save Haters:** herramientas, información, vídeos y enlaces para combatir el racismo, la xenofobia, la misoginia, la homofobia y la propagación de contenido falso. Ayúdanos a salvarles.
- **El contestador:** A tweets necios, respuestas claras. Bulos sobre diferentes temas a los que se da contestación.
- **Ciberresponsales:** promueve la participación infantil a través de un espacio seguro en Internet donde chicos y chicas son altavoces de su propia realidad. Genera procesos a través de las tecnologías de la información y la comunicación, con un enfoque de derechos de infancia.
- **Orientaciones:** Manual para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos
- **Kit Ciberactivista** Material presentado como un manual sencillo, ameno y directo que contiene ideas, ejemplos y materiales para realizar acciones en la red y que de manera individual, cada uno/a se pueda implicar y hacer cosas para fomentar un buen uso de Internet desde su casa, trabajo, instituto, sus redes sociales, web, etc. y mover el mensaje #navegaenpositivo.
- **Hate Blockers:** agentes de cambio para frenar la curva del odio en redes sociales.
- **Enrédate sin machismo** Proyecto de prevención de violencia machista en jóvenes y adolescentes implementado por la Unidad de Igualdad del Cabildo de Tenerife. Materiales didácticos online y offline
- **GUÍA DE RECURSOS del Instituto Canario de Igualdad.** Para profesionales que trabajan con adolescentes varones las masculinidades no violentas.



20 Conociendo la movilización social

Objetivo

Motivar sobre la actuación para transformar nuestro entorno, basándonos en los cambios que se han dado gracias a la movilización social y la incidencia política a lo largo de la historia. Conocer qué es la movilización social y qué formas hay de materializarla.

Recursos necesarios:

Papeles grandes y rotuladores o pizarra.

Desarrollo:

[Presentación sobre la movilización social](#). Es posible modificar esta presentación y adaptarla a las características de cada contexto.

Con la presentación sugerida, podremos comenzar una explicación sobre qué es una movilización social, para qué sirve, contextualizando con ejemplos conocidos en la historia que han facilitado mejoras de los Derechos Humanos. Recordemos que, aunque esta presentación es expositiva, podemos realizar preguntas generadoras que faciliten la construcción colectiva del conocimiento. Analizaremos cómo cada uno de esos tipos de movilización social son viables, motivadores y adecuados para el grupo y el contexto. Fuente: Toca Igualdad. Guía para la movilización social. InteRed.



30/45 MINUTOS

21 ¡Cuidado, estamos observando!

Objetivo

Reflexionar sobre el impacto ambiental y social de la ropa que consumimos.

Recursos necesarios:

Báscula, cartulinas, rotuladores, tablas materiales de la ropa, calculadora y bolígrafos.

Desarrollo:

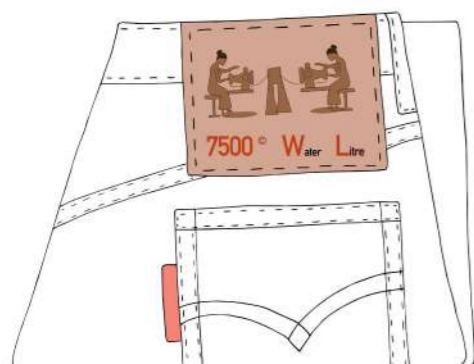
Paso 1: Pedimos a alumnas y alumnos que nos traigan dos prendas de vestir de casa. Se organiza la clase en varios grupos, dependiendo del número de prendas del que se disponga. Pedimos a cada grupo que escoja unas cuantas prendas y que se reparta por el espacio. Se les proporciona una tabla en la que aparece una relación de materiales (algodón, lana, poliéster, elastano, lino, etc), junto con los litros de agua y Kg de Co2 necesarias para la fabricación de un peso determinado de cada uno de los materiales Ej. 300 g de Algodón- 6 kg Co2- 400L H2O.

Paso 2: Se les pide a los grupos que pesen las prendas y que lean las etiquetas de las mismas, anotando el porcentaje de materiales de los que están compuestas. Con esta información y las tablas disponibles, podrán calcular cuántos kg de CO2 y litros de agua hacen falta para fabricarlas realizando diferentes reglas de tres.

350 g algo-	6 Kg CO2	350 g algo-	400 L H2O
175 g algo-	X	175 g algo-	X
350 g poliéster	11,7 Kg CO2	350 g poliéster	90 L H2O
175 g poliéster	X	175 g poliéster	X

Ej. Camiseta. Peso: 350 g Materiales: 50% Algodón 50 % poliéster, 175 g Algodón 175 g Poliéster Total Kg CO2 = 10,325 kg CO2 Total Litros H2O = 285,83 litros H2O

Paso 3: Posteriormente, deben analizar el país donde se fabricó dicha prenda.



¿Qué condiciones laborales tienen las mujeres que trabajan en las fábricas? ¿Qué derechos laborales se vulneran? ¿Sería menor el impacto medioambiental de la prenda si se fabricara cerca de donde se consume? ¿Cuánto CO2 se emite en su transporte? Para esta última pregunta se puede utilizar la siguiente aplicación.

Calculadora de Emisiones de Carbono.

Paso 4: Con toda la información, se realiza un mural donde representan las prendas de ropa y la información sobre el origen, las condiciones de vida del país y los recursos necesarios para producirlas.



1 / 1,5 HORAS

Fuente: [Aprender a cuidar la vida. InteRed.](#)

22 Lluvia de ideas y organización de un grupo de ciberactivistas.

Objetivo

Activar un grupo de ciberactivistas y promover su autoorganización

Difundir las opiniones de las personas jóvenes.

Recursos necesarios:

Pizarra, folios, bolígrafos

Desarrollo:

Paso 1: Se trata de plantear preguntas al grupo para ir orientando un debate:

¿Por qué necesitamos Ciberactivistas? En esta primera parte el objetivo es provocar cierto sentimiento de indignación. Hacer una crítica al funcionamiento actual de la comunicación y el papel de las y los jóvenes en ella, para pasar más tarde a una actitud transformadora:

¿Cómo funcionan los medios de comunicación? ¿Os gustan? ¿Tienen en cuenta la opinión de las y los jóvenes?

¿Qué imagen ofrecen de la gente joven las noticias? ¿Cómo contrarrestar esa imagen?

Uno de los derechos de las y los jóvenes es el de expresarse y participar en la sociedad, ¿crees que se cumple?

Paso 2. Lluvia de ideas para elegir temas sobre los cuales trabajar en las redes. Si les cuesta, podemos recordarles alguna situación que sabemos que les molesta: el estado de los parques, la calidad de la educación, y los temas de nuestra guía, las violencias machistas, el cambio climático, etc.

Paso 3: Planificación de la actuación del grupo/grupos ciberactivistas:

¿Cómo funcionaría el grupo? Sugerencia: reuniones mensuales para proponer nuevos temas y repartirlos

¿Cómo facilitar el trabajo? Sugerencia: realizar los primeros contenidos en pareja e ir rotándola.

¿Cómo difundiremos los contenidos? ¿En qué red social? Sugerencias: elegir los materiales de difusión que nos puedan ayudar o pensar y proponer otras formas para que nuestras amistades, familia, barrio o quienes queramos lean nuestros contenidos

Paso 4: ¿Lo ponemos en marcha? ¿Quién se anima?

Tratamos de que la mayor cantidad de personas posibles se animen a hacer una prueba piloto durante un mes.



1/1,5 HORAS

Fuente: [Cibercorresponsales](#)

09

CIERRE

Esperamos que el contenido de esta guía te acompañe en el camino hacia la educación de jóvenes con pensamiento crítico y perspectiva de ciudadanía global.

Puedes complementar estas propuestas con la visita a la Exposición Virtual No lo Niegues, que estará alojada en www.negacionismos.intered.org.

Este trabajo está enmarcado en la campaña Toca Igualdad, que InteRed lanzó en 2019, con el objetivo prevenir las violencias machistas a través de una práctica coeducativa que atraviese nuestras comunidades educativas, entendidas en sentido amplio (educación no formal y formal, familias, educadores/as, juventud, educandos, cargos institucionales, etc.). Se trata de una campaña que confía en el potencial transformador de las y los jóvenes, y en nuestra posibilidad, como educadoras y educadores, de ayudarles a ser protagonistas de sus propias vidas y del cambio que tanto necesitan las realidades que compartimos. En InteRed entendemos la Coeducación como una propuesta educativa que promueve la transformación social y global apoyándose en los feminismos, como pedagogía, apuesta política, brújula y marco de referencia principal para dicha transformación social.

Puedes ver los vídeos de la campaña y otros recursos didácticos en la [web de Toca Igualdad](#).



ANEXOS

ANEXO 1: FICHAS EJEMPLO

1.- EJEMPLO

AFIRMACIÓN: “No podemos dar por bueno lo que la directora dice, a ella no le afecta en su trabajo.”

RESPUESTA: “Con esa pinta dudo que puedas decir algo coherente.”

Preguntas para el alumnado:

- ¿Qué os parece la respuesta? ¿es válida? ¿la respuesta tiene que ver con la primera afirmación? ¿es razonable? ¿el aspecto de una persona puede llevarnos a esa conclusión? ¿os ha ocurrido alguna vez o habéis visto que le ha ocurrido a otras personas?

Claves para el profesorado: se debe aclarar lo que está ocurriendo; se ataca a la persona que expone el argumento y no al argumento en sí. No se está razonando de manera coherente sobre el tema que se ha planteado (si lo que dice la directora es válido) y se están utilizando prejuicios (el aspecto de una persona) para negar validez a lo que dice.

2.- EJEMPLO

AFIRMACIÓN: “No me parece adecuada la manera en la que los centros educativos responden a las situaciones de acoso.»

RESPUESTA: “Es lo que aconsejan los manuales, todos los centros lo hacen así.”

Preguntas para el alumnado:

-¿Qué os parece la respuesta? ¿es válida? ¿que mucha gente haga una misma cosa quiere decir que es algo bueno? Buscad ejemplos.

Claves para el profesorado: El hecho de que sea el método más usado no significa que sea el mejor.

Ejemplos; Durante siglos gran parte de las sociedades creían que las mujeres no debían votar. Muchas personas estuvieron de acuerdo con el nazismo y apoyaban a Hitler.

3.- EJEMPLO

En una reunión de la comunidad de un edificio se plantea lo siguiente:

“¿Ante esta situación de conflicto podemos denunciar al vecino por impago o amenazarle para que pague sus deudas?”



Preguntas para el alumnado:

¿Qué os parecen las alternativas que se dan? ¿podrías encontrar otras soluciones? ¿de qué tipo?

Claves para el profesorado: Se dan dos opciones como únicas alternativas posibles, cuando existen más que se omiten. Estas alternativas suelen ser puntos de vista extremos, donde la persona interlocutora conduce a la persona receptora a la elección de la alternativa que más beneficia a la persona interlocutora. Pensemos en otras alternativas que velen por el interés de todas las partes; puede que denunciarle o amenazarle no tenga como resultado que pague, pero si dialogamos y buscamos una solución como flexibilizar los pagos pendientes, gana todo el mundo.

4.- EJEMPLO

Una vecina le dice a un vecino:
“Ayer me crucé con un chico que no conocía en la escalera, no hace más que entrar gente desconocida en nuestro edificio y tengo miedo de que nos roben o nos hagan algo peor. Hay mucha inseguridad en esta comunidad”

Preguntas para el alumnado:

¿Qué os parece el comentario? ¿es correcto u os parece exagerada? ¿por qué? ¿qué le preguntaríais o le dirías a la vecina?

Claves para el profesorado: Afirmaciones que se sustentan en ejemplos concretos que se generalizan, siendo una muestra muy reducida. A partir de ahí se lleva la situación al extremo llegando a una conclusión que no se corresponde con la realidad.

¿Con cuánta gente te sueles cruzar en la escalera? ¿En cuántos casos vividos basas tu opinión? ¿Basamos nuestras opiniones en rumores sin confirmar?



ANEXO 2: DINÁMICA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

Extraída de: Guía Breve: Orientaciones para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos.2019. Injuve y CE.

ESTUDIO DE CASOS:

1.Un grupo llamado “Reclamar nuestra nación” abre una página en la que desarrolla los “valores tradicionales”. Muchas de las publicaciones son racistas. La página atrae un gran número de comentarios y hay una discusión acalorada. Parte del debate contiene lenguaje muy agresivo, pero hay una comunidad grande que comenta en contra de la ideología racista de la página.

- ¿Se debería quitar algo de esto de internet? Si es así, ¿Cuánto? ¿Por qué?
- Si no es así, ¿Qué más se puede hacer?

2. Nikolay, un político, utiliza su página personal para hacer una llamada al desalojo de una comunidad gitana en su circunscripción, a quien culpa por el alto nivel de criminalidad. Después de su llamamiento, hay un número de ataques hacia la comunidad gitana en todo el país. Gran parte de los medios de comunicación empiezan a contar historias que relatan crímenes cometidos por personas de origen gitano - pero no los crímenes cometidos contra ellos.

- ¿Se debería quitar algo de esto de internet? Si es así, ¿cuánto? ¿Por qué?
- Si no es así: ¿Por qué no? ¿Qué más se puede hacer?

3. En su blog personal, Rory publica un dibujo de un conocido político con sangre que le gotea por los dedos y cadáveres por todos lados. Mucha gente comenta: la mayoría apoyan el dibujo.

- ¿Se debería quitar algo de esto de internet? Si es así, ¿Cuánto? ¿Por qué?
- Si no es así: ¿Por qué no? ¿Qué más se puede hacer?

4. Ella sube a su perfil público de internet un vídeo en el que se ríe de las personas con discapacidad y les describe como seres “alienígenas” incompetentes. Las estadísticas de la página demuestran que casi nadie ha visto el vídeo y no hay ningún comentario.

- ¿Se debería quitar algo de esto de internet? Si es así, ¿Cuánto? ¿Por qué?
- Si no es así: ¿Por qué no? ¿Qué más se puede hacer?

5. Un periodista ve el vídeo (el del ejemplo 4) y crea una campaña para que se desactive el perfil de Ella en las redes sociales. Como resultado, miles de personas ven el vídeo. La gente empieza a decir que es “el mejor vídeo del mundo”, “deberíamos empezar a ser realistas con las personas con discapacidad”, etc.

- ¿Se debería quitar algo de esto de internet? Si es así, ¿Cuánto? ¿Por qué?
- Si no es así: ¿Por qué no? ¿Qué más se puede hacer?

6. Ditta, una famosa muy conocida, publica un artículo de una página de noticias en internet en la que dicen que las mujeres transexuales son “una agresión contra la humanidad”. Alguien abre una página para “bajarle los humos a Ditta” con detalles sobre su vida personal. Ella empieza a recibir cientos de emails y tuits abusivos. Algunos incluyen amenazas.

- ¿Se debería quitar algo de esto de internet? Si es así, ¿Cuánto? ¿Por qué?
- Si no es así: ¿Por qué no? ¿Qué más se puede hacer?





InteRed 

TFOCA
IGUALDAD

 **aecid**
Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo