



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

REACT

Manual operativo para actividades educativas referentes a los discursos del odio y a la construcción de una contra- narrativa

“El contenido del presente libro no refleja la postura oficial de la Unión Europea, las responsabilidades derivadas de la información y opiniones en él contenidas recaen exclusivamente sobre sus autores.”



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

INTRODUCCIÓN	3
Parte 1 - Contra narrativa para combatir los discursos del odio online: definiciones y experiencias	4
1. Algunas definiciones	5
El discurso del odio	5
La contra narrativa	6
2. Buenas prácticas internacionales de contra narrativa	7
Resultados de las actividades de investigación del proyecto REACT	7
Análisis de una selección de acciones de sensibilización y de educación mediática en ámbito escolar y otros ámbitos juveniles	8
3. Trabajar con jóvenes en la construcción de una narrativa alternativa al discurso del odio: la metodología experimentada en los talleres del proyecto REACT	12
Estructura, objetivos y resultados esperados	12
La importancia de producir un cambio	13
El papel de las/los jóvenes en la difusión de la campaña de comunicación	17
La valoración de las personas educadoras	2
CONCLUSIONES	5
Recomendaciones para una contra narrativa y una lucha contra el discurso del odio eficaces.	5
Actividades para combatir estereotipos y prejuicios	9
Actividades para combatir el discurso del odio y la discriminación	20



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

INTRODUCCIÓN

REACT significa en inglés “reacciona”, y es también el acrónimo de *Respect and Equality: Acting and Communicating Together – Respeto e igualdad: actuar y comunicar juntas/os*, que es el título del proyecto coordinado por el Arci en el cual se enmarca este manual operativo.

React (<http://www.reactnohate.eu/>) es un proyecto cuyo fin es combatir el fenómeno de la incitación al odio online mediante los esfuerzos conjuntos de 12 asociaciones de 5 estados europeos diferentes – Italia, España, Alemania, Francia, Reino Unido – y que está cofinanciado por la Unión Europea dentro del programa “Rights, Equality and Citizenship¹”.

Tras una prima fase de monitoreo y análisis cuantitativo y cualitativo de los actos de incitación al odio online y de identificación de ejemplos eficaces de contra narrativa, el proyecto prevé la realización de recorridos educativos en ámbito escolar con chicas y chicos de 13 a 18 años. Se trata de implicarlas/os en la construcción de una campaña de contra narrativa con un importante reto: el de promover el respeto y la igualdad en internet, con la idea de que, habiendo participado en el recorrido educativo propuesto, se convertirán en sí mismas/os en agentes del cambio, interviniendo en medios de comunicación social para difundir contenidos positivos que se contrapongan a otros hostiles, racistas, y discriminatorios.

Las manifestaciones de odio, agresividad y racismo están cada vez más extendidas por internet y los contenidos virtuales declaradamente hostiles o violentos tienden a normalizarse. Precisamente por ello, internet es el espacio donde “cultivar los anticuerpos” para responder al fenómeno. En los medios de comunicación social, quienes antes eran meras usuarias/os, hoy se han convertido en productores de contenidos, y por tanto pueden ser educadas/os para poder proponer una narrativa, una lectura de la realidad alternativa a la que se alimenta del odio.

El contexto escolar también goza de una gran potencialidad: los recorridos educativos propuestos buscan construir un pensamiento crítico y reforzar la empatía, a la par que desarrollar la responsabilidad y el compromiso. Para conseguirlo es fundamental implicar activamente a las personas destinatarias con un enfoque participativo que les permita convertirse en protagonistas creativas de las prácticas de la contra narrativa. El reto propuesto a las personas educadoras no tiene nada de sencillo. Se trata de orientar a las chicas y chicos para que construyan una respuesta propia al odio, para que se auto-propongan como agentes del cambio, y promuevan los valores de la cooperación, la responsabilidad individual, la ciudadanía activa, y se opongan activamente al proceso de aceptación social del racismo y del odio.

Este *conjunto de herramientas* educativas está concebido como una ayuda para quien decide aceptar este reto. Es una mini-guía para llevar a cabo talleres con grupos de jóvenes, dentro de las aulas o en ámbito extraescolar, para orientarles en un proceso de concienciación sobre los discursos del odio, su prevalencia, los prejuicios que acarrearán y sobre cómo ellas/os pueden tomar una postura activa para reducir su difusión y para minimizar sus efectos nefastos mediante una contra narrativa.

La **primera parte** presenta las recomendaciones, las buenas prácticas y las estrategias en materia de contra narrativa obtenidas a partir de los resultados de los análisis realizados en diferentes países, ilustrándolas en lo posible con ejemplos, y partiendo de la definición de algunos conceptos clave.

La **segunda parte** se compone de fichas prácticas de actividades para proponer a las y los jóvenes en el aula o en otros contextos sociales.

¹ Nota del trad.: “Derechos, igualdad y ciudadanía”.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

El proyecto React lo han llevado a cabo un conjunto de organizaciones entre las que se incluyen las siguientes:

Aiksaath (England)

<http://www.aiksaath.com>

Awo (Germany)

<http://www.awo.org>

Carta di Roma (Italy)

<http://www.cartadiroma.org>

Cittalia (Italy)

<http://www.cittalia.it>

La Ligue de l'enseignement (France)

<http://www.laligue.org>

Ldh (France)

<http://www.ldh-france.org>

Rota (England)

<http://www.rota.org.uk>

SOS Racismo Gipuzkoa (Spain)

<http://www.mugak.eu>

UNAR (Italy)

<http://www.unar.it>

Universitat de Barcelona (Spain)

<http://www.ub.edu/web/ub/en>

Uvic (Spain)

<http://www.uvic.cat/en>

Parte 1 - Contra narrativa para combatir los discursos del odio online: definiciones y experiencias

Las actividades de investigación desarrolladas en los 5 países asociados al proyecto REACT – Italia, Francia, España, Alemania, y Reino Unido – han permitido identificar diferentes iniciativas y estrategias de contra narrativa para combatir los discursos del odio online. Las investigaciones se han llevado a cabo partiendo sobre todo de entrevistas realizadas a representantes institucionales, a organizaciones de la sociedad civil que luchan contra el racismo, la xenofobia y el discurso del odio, y a activistas y personas expertas en medios de comunicación.

El concepto de contra narrativa es muy amplio, como explicaremos más adelante, por ello las iniciativas y estrategias identificadas en los cinco países son muy diversas, desde campañas tradicionales realizadas por entidades institucionales, a proyectos financiados por la Unión Europea, pasando por iniciativas bottom-up llevadas a cabo por activistas de los medios de comunicación y de la sociedad civil; desde acciones online hasta acciones offline; desde intervenciones locales o comunitarias hasta actividades transnacionales.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

1. Algunas definiciones

El discurso del odio

La definición de discurso del odio, que a menudo se cita también con el nombre inglés de *hate speech*, sigue siendo objeto de debate, y expertas/os e instituciones han propuesto diferentes versiones. La más completa y reciente la encontramos en las *Recomendaciones de política general n. 15 de la Comisión Europea contra el racismo y la intolerancia del Consejo de Europa (ECRI)* del 21 marzo de 2016 relativa a la lucha contra el discurso del odio, donde se define así: «se entiende por discurso del odio el hecho de fomentar, promover o alentar de cualquiera de las formas, la denigración, el odio o la difamación de una persona o un grupo, así como el hostigamiento, insultos, estereotipos negativos, estigmatización o amenazas contra una persona o un grupo cuya justificación recaiga sobre la base de la “raza”, el color de la piel, la ascendencia, el origen nacional o étnico, la edad, las minusvalías, la lengua, la religión, las convicciones, el sexo, el género, la identidad de género, la orientación sexual u otras características o estados de la persona.”

Es de todos modos un concepto complejo que merece estudiarse más en profundidad. Buscando definir los diferentes tipos de contenidos y expresiones susceptibles de ser clasificados como *discurso del odio*, se han identificado las siguientes categorías:

1. *Hate speech (discurso del odio)* explícito dirigido específicamente a una categoría de personas definida por su pertenencia a una comunidad étnica, género, cultura o religión, y asociado a la incitación a la discriminación o a la violencia contra ellas. Esta forma de discurso del odio es la más explícita y posibilita con mayor facilidad una respuesta jurídica.
2. Discurso consistente en la generalización de prejuicios contra una categoría de personas a la que se atribuyen características negativas, incluyendo afirmaciones falsas que refuerzan los prejuicios, pero sin incitamiento a la violencia.
3. Insinuaciones usadas de modo sesgado, también denominadas "discurso del odio oculto". Se usa por ejemplo cuando se narra una noticia o usando ejemplos históricos falseados con el único fin de alimentar el odio.
4. Discurso del odio no verbal: dibujos, fotografías, memes, fotomontajes... que pueden encajar en las categorías anteriormente descritas.

Muchas de las personas entrevistadas han subrayado la relación existente entre el uso de estereotipos y el discurso del odio, entre la simplificación de lo complejo y el riesgo de la percepción sesgada, algo que además se ha exacerbado en una coyuntura en la que la velocidad en la diseminación de la información impide comprobar los contenidos. De hecho, cuando el *discurso del odio* se manifiesta online, presenta ciertas peculiaridades:

- la permanencia: el odio manifestado online permanece activo durante largos períodos, y su propagación se prolonga por acciones llevadas a cabo por otras personas a partir de una primera manifestación (un like, un comentario, una compartición...);
- el posible retorno: las expresiones de odio eliminadas de la Red pueden volver fácilmente bajo formas o títulos diferentes;
- el anonimato, quizá la característica más importante del *discurso del odio* online: la posibilidad de permanecer en el anonimato genera en las usuarias/os la errada sensación de poder evitar sus consecuencias y facilita su difusión.

Aunque con sustanciales diferencias de país a país, se ha constatado un incremento significativo del *hate speech* sobre todo online, favorecido por la pasividad de los nuevos medios de comunicación, por la rapidez de las “respuestas”, por la posibilidad de anonimato y por la ausencia de controles adecuados. Más allá del color político u orientación de algunos gobiernos, el clima político general en Europa actualmente se caracteriza por una propaganda xenófoba y racista, alimentada por movimientos llamados “soberanistas”, populistas o de derecha más o menos extrema, que albergan una fuerte hostilidad hacia las personas extranjeras.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

En respuesta a esta tendencia expresada desde hace tiempo por parte de las y los interlocutores escuchados en todos los países, es perentorio poner en práctica iniciativas de sensibilización y combate a varios niveles: tanto por parte de la sociedad civil, como del mundo del periodismo, de la educación y la cultura, y también de las instituciones.

La contra narrativa

Las instituciones y las organizaciones de la sociedad civil muestran un interés creciente en la construcción e implementación de la contra narrativa como instrumento para combatir el racismo y los discursos del odio. Algunas organizaciones llevan años trabajando con este enfoque, aunque no siempre se refieran a su trabajo específicamente mediante este término.

La **contra narrativa** ha sido descrita de numerosas maneras, pero todas sus definiciones tienen en común su aspecto 'reactivo', es decir, que se concibe como respuesta a algo, a un evento, a otra narrativa. Un concepto muy afín, pero con algunas diferencias de detalle es el de la **narrativa alternativa**. Ésta hace referencia a un discurso que, en vez de contraponerse de manera reactiva, busca desviar el discurso *mainstream* y presentar una perspectiva diferente sobre una problemática de debate común, o bien abordar una problemática de la que no suelen ocuparse los medios de comunicación *mainstream*. En síntesis, una narrativa alternativa cuenta una historia distinta a la propuesta por el discurso discriminatorio o del odio en relación a temas como la diversidad, las migraciones o la interculturalidad. Dentro del presente estudio se utilizarán indistintamente ambos términos, haciendo referencia a aquello que los vincula: la intención de desterrar el discurso prevalente de hostilidad con respecto a ciertas categorías de personas.

No es sencillo delimitar con exactitud lo que entendemos cuando hablamos de contra narrativa o de narrativa alternativa. Son conceptos amplios que pueden aplicarse a casi cualquier iniciativa cuyo objetivo sea combatir el racismo o el discurso del odio y que pueda transmitirse a través de los medios de comunicación, incluidos los vídeos, hashtags, memes, post en los medios de comunicación social, artículos en blog o en periódicos y revistas online y offline.

La contra narrativa y la narrativa alternativa suelen ser aceptadas por los diferentes actores debido a su doble funcionalidad: la de deconstruir los prejuicios y el odio y corregir la mala información, y la de persuadir a lectores y usuarias/os de los medios de comunicación online para que tengan en consideración diferentes puntos de vista, perspectivas y experiencias.

Usar la contra narrativa significa atreverse a responder a una narrativa cada vez más difundida en el contexto europeo, e incluso a modificarla, aportando información correcta, divulgando puntos de vista ausentes, deconstruyendo prejuicios y estereotipos, proporcionando contra argumentos y ofreciendo la oportunidad de expresarse a los grupos minoritarios.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

2. Buenas prácticas internacionales de contra narrativa

Resultados de las actividades de investigación del proyecto REACT

A continuación, presentaremos las buenas prácticas y las estrategias identificadas en los cinco países participantes en el proyecto REACT relativas a la temática del presente manual: trabajar con las y los jóvenes en la construcción de una contra narrativa. Los cinco informes nacionales se encuentran disponibles en la siguiente dirección:

<http://www.reactnohate.eu/resources/project-research-reports/>.

Buena parte de las personas entrevistadas han coincidido en señalar que la formación infantil y juvenil específica es un instrumento clave para combatir el *discurso del odio* y para desarrollar la capacidad – cada vez más indispensable – de distinguir las *fake news* (*noticias falsas*) de las informaciones veraces.

En este sentido, algunas de las personas entrevistadas, sobre todo aquellas que trabajan en medios de comunicación, han subrayado la importancia de educar tanto al público en general como a las/los profesionales de la comunicación en la no-difusión de aquello que pueda considerarse discurso del odio o *fake news*. El éxito de los contenidos subidos a la Red puede comprobarse *de facto* mediante el número de visualizaciones, de *like* recibidos y de comparticiones efectuadas. Esto significa que un determinado post podría difundirse no solo intencionalmente, sino también casualmente, o bien incluso solo con la intención de señalarlo o criticarlo. Por lo tanto, resulta aún más importante desarrollar mecanismos internos de alerta, como el detenerse y reflexionar antes de compartir nada en redes sociales, el comprobar las fuentes de lo que se cuelga, y el contrastar –si es posible– una determinada noticia incorrecta cuyas fuentes sean sospechosas o desconocidas con información procedente de canales verificados. Es cierto que esto presupone que las personas cuenten con todos los instrumentos necesarios para identificar o deconstruir las informaciones falsas que puedan ser consideradas como discursos de odio.

El estudio llevado a cabo en Francia como parte del proyecto REACT indica que el ámbito escolar es el más idóneo para combatir el fenómeno del *discurso del odio* online. Las/los diferentes interlocutores contactadas/os coinciden en la idea de crear un programa escolar disponible por internet con sus propias aplicaciones, incluido su uso para evitar la difusión de los mensajes de odio. El Ministerio de educación francés (*Ministère de l'Éducation Nationale*), por su parte, ya ha definido una serie de programas de estudio centrados en la difusión de la información mediante canales informáticos. Su objetivo es educar a las y los estudiantes en la adopción de una “distancia crítica” con respecto a lo que perciben a través de internet, con el fin de desarrollar su capacidad de discernimiento, ofreciéndoles herramientas para generar una mirada reflexiva sobre aquello que escuchan, ven o leen. En paralelo, el Ministerio ha definido programas de estudio ad hoc con contenidos éticos y de educación cívica. Son de todos modos programas recientes, aún no aplicados plenamente y en los que no existen todavía planes de formación para las personas docentes.

En general, se ha detectado una cierta necesidad de innovar en materia de herramientas utilizadas: se dará prioridad al material audiovisual – vídeos breves, memes, infografías – porque se adapta mejor a su difusión en redes sociales. Cuanto más simples e inmediatas, más fácilmente llegarán a los *destinatarios* más jóvenes. La brevedad es un factor importante: los vídeos de entre 1 y 2 minutos son mucho más adecuados para una rápida difusión en redes sociales.

La capacidad de estar al día con los nuevos formatos digitales y de comunicar con destinatarias/os cada vez más jóvenes es un factor determinante para el éxito de muchas campañas online. Así pues, hacer partícipes a las/os jóvenes en calidad de productores y concederles una amplia visibilidad es fundamental. Se han demostrado eficaces para suavizar los tonos cuando ha sido necesario, por ejemplo, los vídeos de realidad virtual de SOS Racisme Catalunya para combatir la islamofobia y los gifs de reacción confeccionados por un emisor de radio para ayudar a los moderadores de la sección de “comentarios” de la web del emisor, según indica el estudio alemán.

Otro aspecto esencial de la contra narración, aparecido en diferentes entrevistas, es su capacidad de estimular la participación activa de la llamada “mayoría silenciosa”, animándola a ir más allá de la mera compartición de iniciativas. El estudio italiano en particular subraya la importancia de tener presente este objetivo desde la fase de proyecto de la campaña, en la selección de los contenidos, la configuración de la estrategia comunicativa y la elección de la plataforma / los canales según el *grupo destinatario*.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Con respecto a los contenidos y valores que comunicar, el llamado "enfoque humanitario" - que consiste en dirigirse directamente a las personas como seres humanos, ya que como tales son por igual portadores de los mismos derechos – suele ser el propuesto por los actores institucionales (como en España, por ejemplo), de acuerdo con lo establecido en las directrices "We Can..." del Consejo de Europa. Otras personas entrevistadas han propuesto apelar a las emociones positivas, para resaltar el concepto de seres humanos "unidos," en clara contraposición con la clásica narrativa del odio del "nosotros/as contra ellos/as". En otros lugares, como en el caso del estudio italiano, se apunta a la identificación de los hechos objetivos, documentados y comprobables como punto de partida de cualquier actividad contra narrativa, con el fin de deconstruir los mensajes de odio.

En el Reino Unido, se considera corregir la desinformación como uno de los aspectos más importantes de la contra narrativa. Allí tratan de responder al discurso del odio con hechos y con imágenes que refutan directamente la mala información. Algunas personas entrevistadas, sin embargo, señalan que en ciertos casos se ha comprobado también que el uso de datos concretos puede contribuir a la polarización de las posturas. Cualquiera que sea el tono del mensaje, es de gran importancia evitar la generación de una narrativa que sea a su vez discriminatoria, cayendo en la trampa de emplear "a buen fin" algunos mecanismos típicos del *discurso del odio*, como el uso de un lenguaje discriminatorio, la generalización o la referencia a ciertas categorías como "chivos expiatorios".

Una conclusión común de las cinco investigaciones nacionales es que la simple presentación de hechos y estadísticas tiene una eficacia limitada. Los casos de estudio, la narración en primera persona y el testimonio de experiencias vividas son instrumentos de contra narrativa o narrativa alternativa mucho más eficaces.

Análisis de una selección de acciones de sensibilización y de educación mediática en ámbito escolar y otros ámbitos juveniles

A continuación, presentaremos una selección de experiencias de sensibilización y de educación mediática realizadas en ámbito escolar o en otros ámbitos juveniles en los cinco países participantes. Se han identificado como buenas prácticas según el criterio de 'transferibilidad del modelo': las soluciones organizativas planteadas se han analizado con atención especial a los elementos "de éxito" susceptibles de ser exportados manteniendo su índice de eficacia. El objetivo era identificar experiencias y prácticas que los actores de otros países pudiesen aplicar para enfrentar problemáticas similares, con enfoques metodológicos ya experimentados en contextos análogos.

En cada país se seleccionaron y analizaron iniciativas de contra narrativa caracterizadas por su eficacia, innovación y originalidad:

- **Italia.** La realización de productos útiles, eficaces y versátiles para destinatarios/as juveniles es el objetivo del proyecto **BRICKS** del COSPE, que ha producido un módulo formativo para docentes y formadores pensado como "instrumento práctico" para llevar a cabo actividades de lucha contra el discurso del odio en las aulas. Dentro del proyecto **Underadio** de Save the Children Italia, una web radio hecha por y para las chicas/os, donde tratan temáticas que les resultan cercanas, siguiendo un principio de participación "transparente, informada, relevante, voluntaria, respetuosa, inclusiva, apoyada por la formación para adultos, segura, sensible al riesgo y responsable". Este proyecto tiene como centro la promoción del papel activo de las/los jóvenes en la prevención y la lucha contra la xenofobia y el racismo online. El proyecto **Cronache di ordinario razzismo** cuenta con la originalidad de haber creado una base de datos online completa y accesible de casos de racismo y de violencia racista, una herramienta única en ausencia de otras webs u organizaciones dedicadas a monitorear con atención y calidad esta suerte de episodios. Por último, la iniciativa **Task Force Hate Speech** de Amnesty International Italy se presenta como un proyecto "para todas/os", en el sentido en que las actividades de monitoreo solo exigen una plataforma electrónica (un smartphone o un PC) para activarse en cualquier momento y cada activista actúa según su disponibilidad de tiempo.
- **España.** El vídeo "Change your skin" realizado por la ONG SOS Racisme Catalunya es extremadamente innovador, ya que se sirve de la realidad virtual para hacer vivir la experiencia de la islamofobia.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

El humor ha sido la estrategia comunicativa adoptada por la Fundación Secretariado Gitano, que ha creado "Payo today", un periódico "falso" distribuido a todos los quioscos en el cual se muestran noticias relativas a las personas "no romaníes" utilizando términos peyorativos que normalmente se usan para referirse a la comunidad romaní.

Por último, el proyecto Proxi insiste sobre la necesidad de hablar a las/los jóvenes utilizando su mismo lenguaje, hecho de imágenes, de vídeos breves, memes y humor, utilizados para despertar las emociones positivas y estimular la empatía.

- **Alemania.** El proyecto Debate//de:hate de la Fundación Amadeu Antonio fomenta el uso de metodologías eficaces e incisivas, proponiendo talleres en el ámbito escolar basados en un método educativo centrado por una parte en la información y la sensibilización y por otro en la capacidad de reacción. Gracias a estos talleres, las y los adolescentes reciben primero información y después herramientas para reaccionar ante un episodio de discurso del odio.

El #nichtegal (YouTube/Creatores4Change) se basa en el uso de estrategias comunicativas incisivas y cada año reúne a famosas y famosos Youtubers como "modelos" o testigos.

Juntar a personas de ámbitos diferentes en una sola red para crear sinergias y fomentar el intercambio recíproco es el foco de actividad del movimiento. No Hate Speech es una red que cuenta con numerosos socios pertenecientes al sector de la política, los medios de comunicación, las organizaciones humanitarias, las iniciativas antirracistas y antidiscriminatorias inspiradas en la "New German Media Pundits". No Hate Speech Movement también elabora vídeos y clip cortos, pero con un alto valor informativo para sensibilizar contra el racismo. Crear movimiento desde abajo (Grass-root movement) implicando a personas voluntarias es el reto de Ich bin hier e.V. (#ichbinhier).

- **Reino Unido.** La puesta en valor de la diversidad es el principal punto innovador de Black Training and Enterprise Group que se autodefine como "una organización volcada en el futuro". Para esta organización, que promueve proyectos para jóvenes pertenecientes a minorías étnicas (BAME) con entre 11 y 30 años de edad en el Reino Unido. La puesta en valor de la diversidad pasa por desarrollar el talento de las personas con experiencias y puntos de vista diferentes, reconociendo sus capacidades individuales en cierto modo únicas. El proyecto de Runnymede Trust se caracteriza por su capacidad de activar una vasta red de personas

Entre las experiencias que han tenido lugar en el ámbito escolar/juvenil, recogemos a continuación las que nos han parecido más completas y significativas.

1. BRICK - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech – COSPE²

Entre las acciones de sensibilización y de educación para los medios de comunicación identificadas, el proyecto desarrollado en Italia por la ONG COSPE denominado "BRICK - Building Respect on the Internet by Combating Hate Speech"³ (2014-2016) es particularmente interesante. Su objetivo es luchar contra la difusión por internet de discursos de incitación al odio contra las personas migrantes y pertenecientes a minorías, mediante la educación multimedia y la implicación activa de usuarios/os y productores de contenidos online. El proyecto, financiado por el Programa Europeo sobre "Derechos Fundamentales y Ciudadanía" (Fundamental Rights and Citizenship), se ha desarrollado en Italia, Bélgica, Alemania y República Checa. Entre las principales actividades y resultados obtenidos se encuentran: el primer estudio italiano sobre periodismos, inmigración y discurso del odio "El odio no es una opinión" (*Hate speech is not an opinion*); un estudio europeo y un manual para gestores de redes sociales dirigido a prevenir y combatir el odio online; un programa formativo escolar sobre el discurso del odio y la educación para los medios de comunicación compuesto

² <https://www.bricks-project.eu/>

³ **Construir el respeto en internet combatiendo el discurso del odio.**



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

de unidades didácticas (kit multimedia)⁴; un recorrido laboral para los centros de educación secundaria y para periodistas, con un reconocimiento de créditos formativos para quien se inscriba a la Asociación.

El módulo formativo en particular, orientado a docentes y educadores, ha logrado un gran éxito como herramienta de contra narrativa y se ha traducido y utilizado fuera de este ámbito. Una nueva edición está poniéndose a punto en el momento de la redacción de este análisis.

Principales puntos fuertes

- Diferenciarse entre los y las destinatarios de las acciones y proyectar actividades dirigidas a cualquier/a destinatario/a, actuando en varios frentes con instrumentos y mensajes diferentes.
- Unir off-line y on-line. Junto a la campaña online, por ejemplo, se han presentado los resultados del proyecto dentro de iniciativas más amplias con ámbitos temáticos que van más allá del discurso del odio con el fin de llegar a destinatarios/as diferentes.
- Interactuar e implicar a las y los profesionales con diferentes competencias (juristas, expertas/os en web marketing, educadores, activistas...), para analizar el fenómeno desde puntos de vista diferentes.
- Trabajar simultáneamente con las/los productores de información (sobre todo online) y con el sector educativo, para explotar el potencial de las redes sociales, dejando de considerarlas solo como un peligro.

2. Debate//de:hate - Amadeu Antonio Foundation

Unir las intervenciones offline y online ha sido incluso más relevante dentro de la iniciativa llevada a cabo en Alemania con el proyecto Debate//de:hate de la Fundación Amadeu Antonio. El proyecto busca la difusión de una cultura democrática del debate y cuenta con dos componentes principales: por una parte, el "Debate", dirigido a adolescentes, docentes y especialistas socio-educativos con el objetivo de proporcionar -mediante talleres específicos- las mejores herramientas y metodología para gestionar episodios de discurso del odio y difundir una cultura democrática del debate; y por otra parte el "de:hate", que enfrenta el concepto desde un punto de vista más teórico, según los resultados de un monitoreo continuo. Durante ese monitoreo, el equipo desarrolla y prueba contramedidas para combatir la incitación al odio, en colaboración con actores públicos y operadores de redes sociales que han definido un "trabajo de calle" digital, o *digital streetwork*. El primer nivel de prevención actúa sobre la sociedad civil (sobre todo jóvenes) offline, mientras que el segundo se ocupa de la prevención online.

Principales puntos fuertes

- Combinación de elementos online y offline. El foco principal de la Fundación Antonio Amadeu es el de ofrecer a la sociedad civil las habilidades necesarias, tanto online como offline, mediante una información continua tanto por internet como tradicional.
- Network. La Fundación Antonio Amadeu, es miembro de numerosas redes de intercambio profesional y co-fundadora de la iniciativa "Facebook's Online Civil Courage".
- Análisis. El proyecto se centra en la comprensión de las causas del discurso del odio (cultura pública y debates políticos extraídos de los medios de comunicación).
- Reconocimiento y credibilidad. El éxito del proyecto se mide mediante su aceptación en redes sociales, las solicitudes por parte de la prensa, clubes, plataformas, políticas y publicaciones.

⁴ https://www.cospe.org/wp-content/uploads/2016/09/Modulo_bricks.pdf



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

3. Underadio - Save the Children Italia

Otro proyecto significativo dirigido y realizado por jóvenes es **Underadio** de **Save the Children Italia**, una web radio creada en 2011 para dar voz a las y los jóvenes sobre la lucha contra todas las formas de discriminación. Su objetivo específico es el de implicar a las y los jóvenes en acciones de sensibilización, información y comunicación usando las nuevas tecnologías digitales (web-radio y podcasting) para fomentar el respeto de los derechos, favorecer la integración y luchar contra los fenómenos de discriminación e intolerancia en ámbito escolar y extraescolar. En el programa se han implicado unas/os 1.500 estudiantes de enseñanzas secundarias en tres ciudades (Turín, Roma y Nápoles), en un total de 36 escuelas, a las que se sumaron otras 3 de las provincias de Macerata y Ascoli Piceno en el curso 2017/2018. Las y los estudiantes experimentan el trabajo de redacción periodística radiofónica contribuyendo a la creación de un programa y proponiendo eventos de sensibilización con el apoyo de un equipo de adultos. El ámbito de referencia es el instituto, dentro del cual se desarrollan talleres y actividades de sensibilización (incluida la formación docente), aunque las actividades se extienden fuera del ámbito escolar. El principio metodológico es la participación significativa de las/los jóvenes (“transparente, informada, relevante, voluntaria, respetuosa, inclusiva, apoyada por la formación de adultos, segura, sensible y responsable”). En 2018, con ocasión del 21 marzo, se organizó un maratón radiofónico sobre el discurso del odio, acompañado de una campaña en redes sociales organizada completamente por las/los jóvenes denominada **#oltreodio**.

Principales puntos fuertes

- Parte del punto de vista de las/los jóvenes: las/los promotores de la radio son las/los propios jóvenes, la campaña **#oltreodio** ha sido totalmente ideada y construida por ellas/os.
- Ratio coste/ beneficio excelente: los costes del proyecto, en proporción al número de personas destinatarias directas e indirectas reunidas son mínimos. Además, la iniciativa no depende de financiación externa.
- Uso/activación de competencias transversales y específicas. Mediante la experiencia de la webradio, las/los jóvenes adquieren competencias profesionales en ámbitos como el periodismo y la comunicación/redacción.
- Potencia la eficacia de la redacción radiofónica como vector/catalizador educativo.

4. Black Training and Enterprise Group (BTEG)

La última de las iniciativas orientadas a las/los jóvenes que merece destacarse es la promovida por la **Black Training and Enterprise Group (BTEG)**, una organización de beneficencia que lleva a cabo una obra social para jóvenes de entre 20 y 30 años de piel negra, rasgos asiáticos o pertenecientes a minorías étnicas (BAME). Se trata de una organización social con una red de más de 1.200 grupos de voluntarias/os y asociaciones comunitarias en Inglaterra. La BTEG ofrece programas educativos *ad hoc* para jóvenes y está comprometida con la elaboración de políticas de desarrollo social a nivel nacional y con acciones en el campo de la investigación. Colabora con otras organizaciones contra la discriminación racial y se ha distinguido como interlocutor relevante en lo tocante a las temáticas BAME y al sistema judicial criminal (CJS). Entre sus proyectos innovadores, destaca el **Routes2Success**, una iniciativa desarrollada en un barrio de Londres basada en la colaboración de las/los "*role model*", es decir, personas voluntarias “de éxito” de diferentes formaciones culturales y nacionalidades (de África, el Caribe, Asia, países árabes) para inspirar a las y los jóvenes de entre 11 y 25 pertenecientes a minorías étnicas a obtener el éxito en los ámbitos de la educación, el trabajo y el emprendimiento⁵.

Principales puntos fuertes

⁵ <http://bit.ly/1kkm2kH>



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

- Centrarse en el talento. Las desigualdades raciales ahogan el talento de muchas/os jóvenes BAME; la organización les proporciona herramientas para tener éxito en la vida: recursos, tecnología y asistencia.
- La autoafirmación: la organización aspira a motivar e inspirar a los individuos a actuar según sus ideas y desarrollar su potencialidad.
- La capacidad de poner en valor la diversidad.

Las herramientas de trabajo presentadas en la Parte 2, así como la realización de talleres prácticos en los cinco países participantes en el proyecto REACT, se obtienen en gran medida partiendo de los elementos obtenidos en el estudio transnacional.

3. Trabajar con jóvenes en la construcción de una narrativa alternativa al discurso del odio: la metodología experimentada en los talleres del proyecto REACT

La juventud es un público esencial en el uso de las redes sociales: usan diariamente los teléfonos inteligentes, se comunican mediante mensajes, vídeos e imágenes... pero, sobre todo, representan el futuro. Aumentar su grado de concienciación hoy y proporcionarles herramientas para identificar y transformar el discurso del odio significa invertir en una población adulta sensibilizada para mañana. Por ello el proyecto REACT ha elegido trabajar con jóvenes de cinco países europeos en la creación de proyectos audiovisuales.

Estructura, objetivos y resultados esperados

En el marco del proyecto REACT se han realizado 29 talleres en otras tantas ciudades de los 5 países participantes, con un total de casi 720 estudiantes de entre 14 y 18 años.

En cada taller se hicieron 5 o 6 sesiones en las aulas de unas dos horas de duración, a lo largo de unos dos meses, hasta un total de 106 reuniones.

Esta estructuración fue necesaria para que las personas participantes tuviesen la oportunidad de digerir todo lo trabajado con las/los educadores entre sesiones, teniendo presentes las exigencias curriculares de las clases, que no habrían permitido destinar más de dos horas a las actividades del proyecto. Un enfoque participativo basado en el *learning by doing* (aprender haciendo) y en las prácticas de identificación lleva su tiempo, pero si se ha de permanecer dentro del horario escolar no suele ser posible superar ese número de horas. Por ello, las sesiones se secuenciaron para que chicas y chicos tuviesen la oportunidad, entre una y otra sesión, de reflexionar y de intercambiar con sus docentes sobre las emociones surgidas en la sesión precedente, para profundizar con lecturas personales, para poder integrar todo lo aprendido, e incluso para poder hablarlo de nuevo con la persona educadora durante la siguiente sesión.

Las sesiones se dividieron en dos fases: la primera, dedicada a la reflexión sobre las posibles consecuencias de los prejuicios y de los mensajes *online* violentos y agresivos; la segunda, dedicada a la construcción de una campaña de contra narrativa con las chicas y chicos.

Los **objetivos didácticos** detrás de los talleres son los siguientes:



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

- Educar en el pensamiento crítico, orientar a las/los estudiantes para que tomen conciencia de lo que se da por sentado o conocido, pero que puede resultar parcial o falso;
- Orientar a las/los estudiantes a tomar conciencia de cómo se difunden los contenidos en los medios de comunicación— sobre todo los parciales, falsos y discriminatorios, o incluso agresivos y de odio—, con especial atención a los medios de comunicación social, y de cuáles son los riesgos sociales que de ello se derivan;
- Construir con las y los estudiantes maneras de combatir la difusión del odio y de difundir contenidos de signo opuesto, que generen una cultura de apertura, de intercambio, de tolerancia y de respeto;
- Experimentar en la práctica lo adquirido durante el recorrido, mediante la realización de un vídeo de contra narrativa.

Los **resultados esperados** de los talleres, reflejo de los objetivos anteriores, se resumen así:

- Las personas participantes habrán comprendido el significado de los estereotipos y los prejuicios;
- Las personas participantes sabrán reconocer como tales un buen número de estereotipos y prejuicios;
- Las personas participantes conocerán las causas y orígenes de algunos estereotipos y prejuicios;
- Las personas participantes comprenderán cómo internet y las redes sociales son utilizados por individuos y grupos de personas para difundir intencionalmente el odio online;
- Las personas participantes aprenderán estrategias para combatir la difusión del odio online;
- Las personas participantes comprenderán lo que es la “contra narrativa” y aprenderán y experimentarán formas posibles de contra narrativa.

La importancia de producir un cambio

Para comprender las repercusiones de las actividades formativas realizadas tanto en las personas beneficiarias directas (chicas y chicos) como en las personas educadoras de las organizaciones participantes que han proyectado y llevado a cabo los talleres, el proyecto React se dotó de una actividad de valoración de impacto.

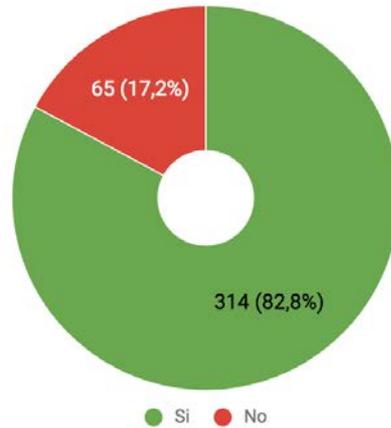
Se elaboraron algunas herramientas para ir obteniendo datos clave (satisfacción, opiniones, aprendizajes) sobre las repercusiones durante el propio transcurso de los talleres, tanto de las chicas y chicos como de las/los docentes. Para hacer más sencilla e intuitiva la compilación de los cuestionarios por parte de las chicas y chicos, se crearon unos módulos en una plataforma dedicada con interfaz móvil, para permitir escribir las respuestas/opiniones desde el teléfono móvil. Donde la recogida online no fue posible (por las políticas escolares que impiden el uso de teléfonos móviles en las aulas), el personal docente distribuyó y recogió los cuestionarios en papel.

Durante la primera sesión, se entregó a las/los alumnos un test de entrada para determinar su nivel medio de alfabetización y de conocimiento con respecto al fenómeno del odio online y a las estrategias que han de aplicarse para combatirlo. Al comienzo de la actividad, muchas chicas y chicos afirmaban conocer que existen manifestaciones de odio en internet:



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

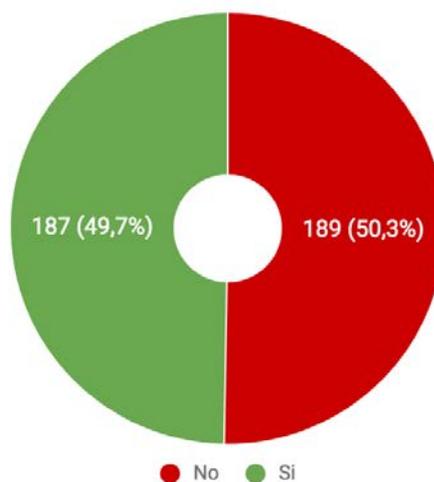
I recognize that in some websites/online spaces there may be manifestations of hatred. (Green= yes red= no)



Reconozco que en algunas webs/espacios online pueden darse manifestaciones de odio.
(verde-sí; rojo-no)

No existía, sin embargo, el mismo nivel de conciencia con respecto a lo que puede hacerse para combatir el fenómeno del odio: en el test, el 50% de las/los estudiantes declararon no conocer lo que es una contra-narración ni cómo podían contribuir por su parte. Esta información recogida en la fase inicial reforzó la convicción de que en las aulas es necesario intervenir no sólo analizando el fenómeno de la discriminación online, sino también proporcionando a las/los estudiantes unas herramientas que les permitan actuar en primera persona:

I know what a counter-narrative is and I can give my contribution to a counter-narrative campaign.(green= yes red= no)



Sé lo que es una contra narrativa y puedo dar mi contribución a una campaña de contra narrativa. (verde-sí; rojo-no)



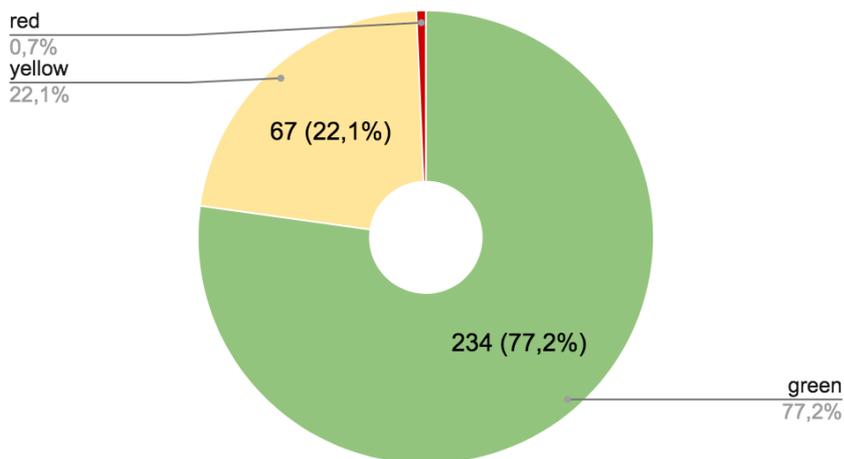
With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Al final de cada taller, se entregó un cuestionario de satisfacción a cada muchacha/o participante⁶ para comprobar si lo aprendido se había correspondido con sus expectativas y para ver qué aspectos en particular fueron los más estimulantes. La modalidad de respuesta del cuestionario era anónima y muy sencilla para agilizar su compilación: las preguntas eran cerradas (salvo las dos últimas) y las respuestas posibles seguían el código de colores de un semáforo:

verde: sí/positivo
amarillo: no sé/medio
rojo: no/negativo

La primera pregunta hacía referencia al grado de satisfacción general con el recorrido; los datos confirman un grado de satisfacción alto: más del 77% expresó una opinión positiva (verde) que, de sumarse a las opiniones medias, alcanza la cuasi totalidad de las chicas/chicos (solo el 0,7% expresó una opinión negativa).

Overall, are you satisfied with your experience in this workshop?



En general, ¿tu experiencia en este taller fue satisfactoria?

Rojo 0'7 %
Amarillo 22'1 %
Verde 77'2 %

Más de la mitad de las chicas y chicos afirma haber descubierto cosas que antes ignoraba gracias al taller. Este dato es muy significativo tanto con respecto a la *educación mediática* inicialmente evaluada como con respecto al hecho de que, a pesar de que las y los adolescentes usen internet y las redes sociales diariamente y con soltura, existen todavía muchos aspectos que desconocen. Por tanto, puede invertirse mucho más aún en la educación para los medios de comunicación y en las metodologías que involucran a las y los jóvenes en la interpretación y el análisis crítico de los contenidos online.

Los testimonios de las y los formadores han ayudado a entender mejor los argumentos y métodos que han resultado más nuevos/interesantes para las/los jóvenes, pero ya en las respuestas compiladas por ellas/os se puede determinar fácilmente que la **producción del vídeo** ha sido el elemento que les ha impactado más positivamente. Así se ha refrendado la decisión estratégica de buscar una formación vivencial que – involucrando a las personas participantes para aprender contenidos mediante un proceso colaborativo – llevase al grupo a reconocerse en un producto de comunicación ideado, elaborado y difundido por ellas/os. Otro elemento citado en varias ocasiones es el de haber podido **trabajar en grupos**, no solo en la fase de producción del vídeo, sino también en la fase previa de análisis de la narración online: muchos jóvenes han apreciado poder debatir en grupo lo que ven online y la manera en que se crean

⁶ Se recogieron un total de 303 cuestionarios de satisfacción sobre 720 participantes, es decir, un 42%.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

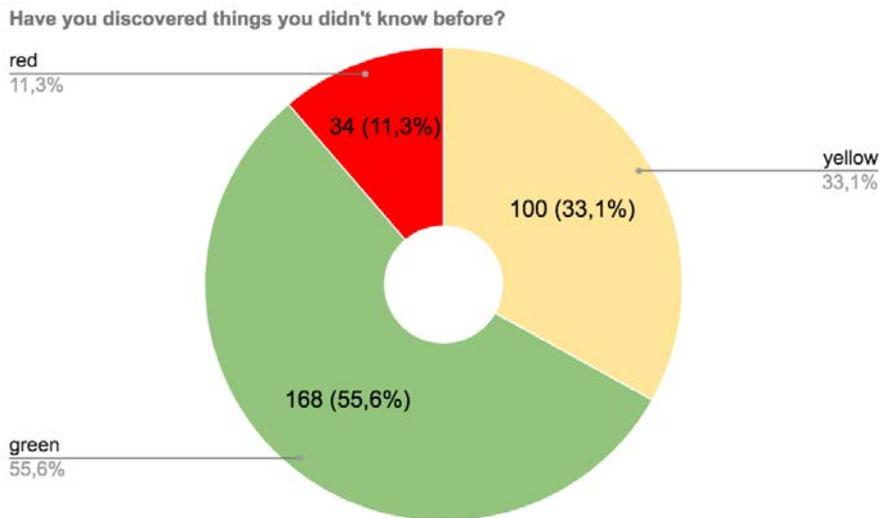
los fenómenos de odio y de discriminación. La segmentación cronológica también se ha percibido como una debilidad por parte de las/los participantes. En respuesta a la pregunta sobre qué debería mejorarse, muchas/muchos respondieron que el tiempo asignado para la producción del vídeo y para profundizar los temas tratados.

¿Has descubierto aspectos que antes no conocías?

Rojo

Amarillo

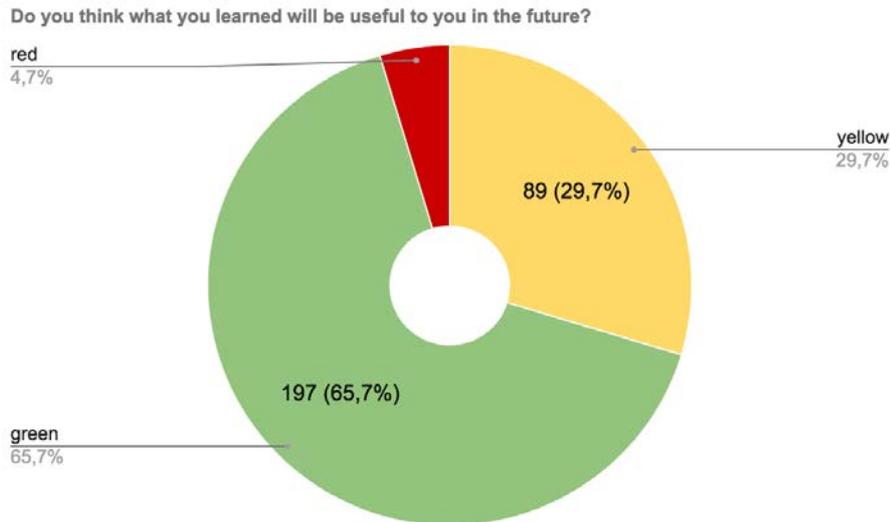
Verde



Otro aspecto valorativo tiene que ver con la percepción de los jóvenes con respecto a la utilidad del taller: más del 65% de participantes piensa que los contenidos puedan serles útiles en un futuro y casi el 30%, aunque no se pronuncia, piensa que es menos probable, mientras que solo el 4,7% no resulta convencido:



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



¿Crees que lo aprendido te será útil en el futuro?
Rojo
Amarillo
Verde

El papel de las/los jóvenes en la difusión de la campaña de comunicación

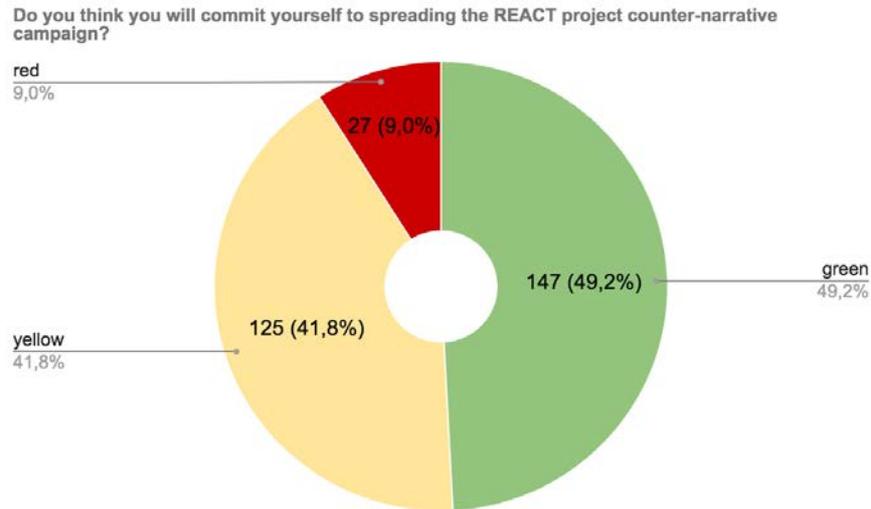
Un objetivo importante era lograr que las chicas y chicos, además de participar activamente en los talleres, se comprometiesen también a participar activamente en la campaña de comunicación de REACT. Esta fue la parte más compleja de los talleres. Según la lógica del proyecto, era fundamental adoptar una estrategia que garantizase un auténtico cambio de actitud en las personas participantes. Una buena manera de medir este cambio era precisamente el verlas/los implicadas/os activamente en la difusión de la campaña de contra narrativa que ellas/os mismos habían contribuido a construir con sus vídeos.

El verdadero éxito de los talleres, por tanto, podría medirse en función de la implicación emocional de las chicas y chicos con el trabajo desarrollado hasta llegar a ser las/los principales testigos de la campaña de comunicación. Los resultados han sido buenos, pero no han sublimado todas las potencialidades de la metodología adoptada que eran esperables y de las que estamos convencidos.

Al final de los talleres, se colocó una pregunta específica en el cuestionario con respecto a la disponibilidad de las chicas y chicos para la difusión de la campaña de comunicación: el 41,8% de las chicas y chicos expresaron su indecisión con respecto a este tipo de implicación activa, y el 9% se declaró indisponible. A pesar de su valoración extremadamente positiva de las actividades y los contenidos aprendidos, parece que el paso del conocimiento a la acción es un tanto complejo (como sospechábamos): probablemente la escasa disponibilidad de tiempo para los talleres no permitió el seguimiento necesario (tal vez mediante una sesión específica dedicada a la difusión de la campaña en redes sociales con las herramientas ya empleadas) para implicar a chicas y chicos con los resultados obtenidos por los vídeos que ellas y ellos mismos produjeron.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



¿Crees que podrías comprometerte a difundir la campaña de contra narrativa del proyecto REACT?

Y de hecho las chicas y chicos colaboraron positivamente en la difusión de la campaña sólo durante un lapso de tiempo limitado a la duración de las actividades en clase y al taller de San Sebastián, del que hablaremos más adelante. La contribución de las/los participantes de los talleres a la campaña online se articuló de diferentes maneras, según las inclinaciones personales, tanto en términos de contenido como del canal utilizado. La contribución de las/los jóvenes se concentró en dos fases principalmente, correspondientes a dos momentos diferentes del proyecto durante los cuales las/los participantes plasmaron online su implicación en la difusión de la campaña.

Fase I: la fase de preparación de los vídeos

La fase de auténtico trabajo, durante la cual las chicas y chicos se implicaron en la elaboración de los vídeos, fue la fase protagonizada por las fotografías. Comunicaron asiduamente en sus propios perfiles de redes sociales, sobre todo de *instagram* y de *facebook*, el backstage de realización de los vídeos, colgando fotografías con los carteles que les ayudaron a definir el concepto de *discurso del odio*, durante los *brainstorming* (lluvia de ideas) o compartiendo los argumentos narrativos u otras propuestas para la elaboración del vídeo. La compartición de estos momentos mediante las redes sociales oficiales del proyecto REACT, tuvo el valor de asociar al “brand REACT” las imágenes positivas de compañerismo, *coworking*, *brainstorming* que contribuyeron a reforzar el mensaje específico de la campaña. De gran importancia fue igualmente el papel de las escuelas que albergaron los talleres: mediante la compartición de post en las webs oficiales se amplificó el mensaje, llegando también a las/los jóvenes no implicadas/os directamente en el proyecto, a sus padres y madres, docentes y personal escolar, a los diferentes actores.

Fase II: el encuentro de Donostia.

Con ocasión del seminario internacional organizado en San Sebastián en abril de 2019 durante el Donostia Human Rights Film Festival (del cual damos detalle seguidamente) la herramienta fundamental elegida por las y los muchachos para comunicar su propia participación en el proyecto fueron los vídeos. Colgaron en primicia brevísimas historias, vídeos breves en Instagram y Facebook para documentar sus actividades en San Sebastián. Los vídeos se compartieron en las cuentas oficiales de la campaña.

Las cifras que siguen muestran que en general los resultados obtenidos en términos de implicación de las y los muchachos fueron buenos.

RESULTADOS EN FACEBOOK

Todos los diagramas muestran un aumento de la actividad en abril de 2019, el mes en que algunas y algunos de los



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

estudiantes involucrados en las actividades del proyecto participaron en el Festival de Derechos Humanos de Donostia/San Sebastián. La difusión fue natural (conseguida mediante un flujo regular de usuarios en Facebook) o previo pago (conseguida mediante patrocinios ad-hoc de targets específicos).

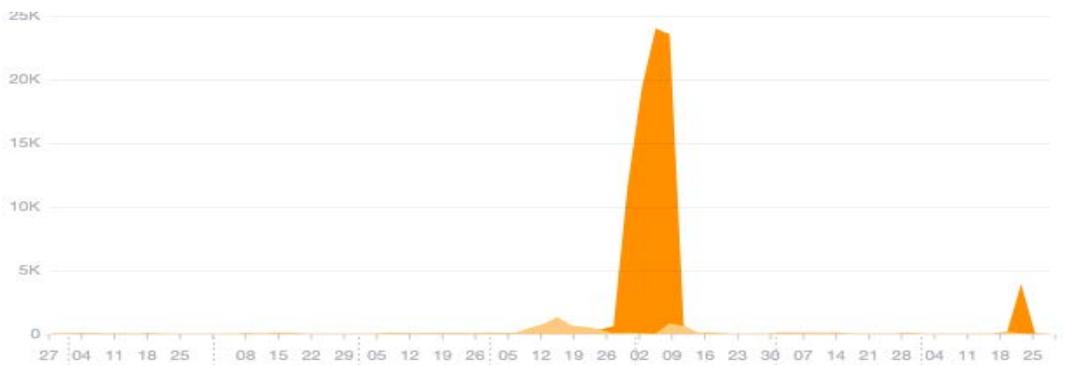
Reacciones

1.102 reacciones: todas las acciones de las personas usuarias en los diferentes posts, tanto positivos (p. e. “me encanta” y “me gusta”) como negativos (p. e. “suspiro” o “grrrr”).



Reacciones
“Me gusta” y otros tipos de reacción a los post de tu web.
“Me gusta” Love Wow Ahah Suspiro Grrr

3.080 personas involucradas: usuarias/os que interactuaron con un post específico, cliqueando, reaccionando, con un comentario, o simplemente compartiéndolo.



320.572 personas alcanzadas: fans que vieron el post en sus *dashboards*; amigas/os de esas/os fans que vieron a sus amigas/os compartir los posts en sus *dashboards*; fans u otras/os usuarios que han visto el



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

post al visitor la web.



Cobertura total		Crea un post
El número de personas en cuya pantalla ha aparecido un contenido de tu web o relativo a ella. Es un número estimado.		Benchmark Compara tus prestaciones medias en el tiempo
	Orgánica De pago	Orgánica
		De pago

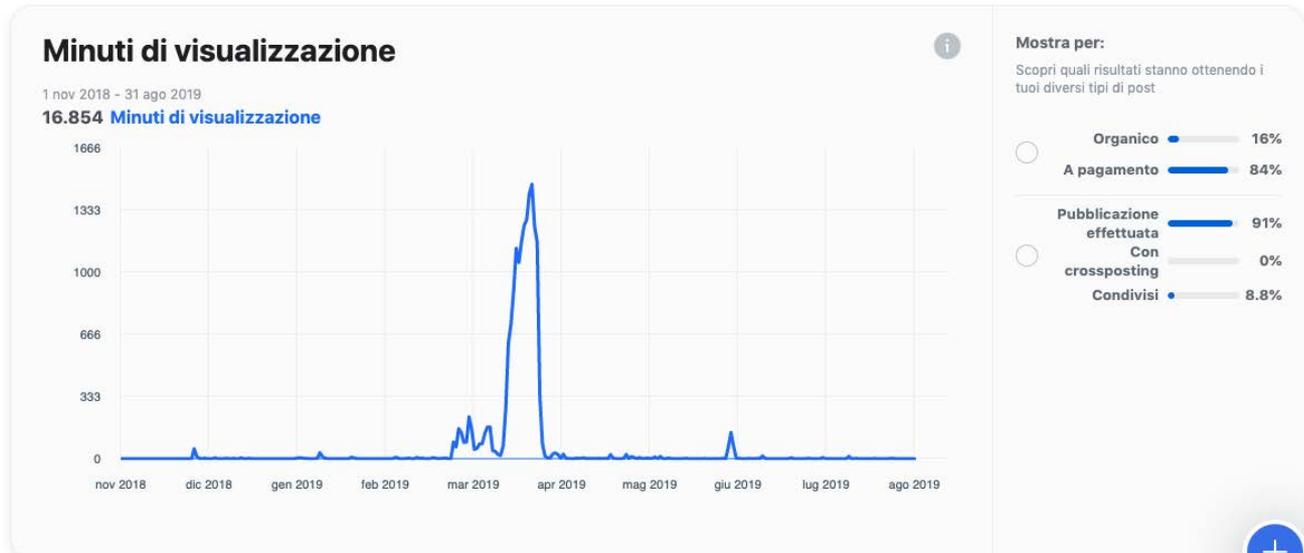
Datos relativos al vídeo:



16.854 Minuti de visualización	-- Visualización del vídeo de 1 minuto	56.282 Visualización del vídeo de 3 segundos	719 Interacción	518 Seguidores netos
100% de los 304 días precedentes		100% de los 304 días precedentes	100% de los 304 días precedentes	100% de los 304 días precedentes



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



Minutos de visualización 1 nov 2018-31 ago 2019			Muestra para: Descubre los resultados que están obteniendo tus diferentes tipos de post.
16.854 Minutos de visualización			Orgánico De pago
			Publicación efectuada Con crossposting Compartidos

El concurso de vídeos y la participación en el Festival de Cine de Derechos Humanos de Donostia

Con la idea de ofrecer un estímulo adicional a las/los jóvenes participantes, el proyecto REACT preveía que el recorrido de talleres concluyese con una selección de un vídeo por país. En cada país se formó una comisión compuesta por expertas/os en comunicación por una parte y de expertas/os en la lucha contra el racismo y el discurso del odio por la otra. Cada comisión nacional seleccionó uno de los vídeos producidos por las clases de estudiantes que habían participado en los talleres REACT. La clase vencedora tuvo la oportunidad de presentar - por vía de una delegación compuesta de 5 estudiantes acompañadas/os de un/a docente - su propio vídeo en el Festival de Cine de Derechos Humanos de Donostia (https://www.zinemaetagizaeskubideak.eus/2019/index.php?option=com_content&view=article&id=174&Itemid=79&lang=en).



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Durante el festival, además de presentar sus trabajos en público, casi 25 estudiantes participaron en un seminario de un día con expertas/os de la comunicación social y activistas de las redes sociales europeas/os, durante el cual trabajaron juntas/os para reforzar y enriquecer la campaña y lanzarla en redes sociales.

En el transcurso del seminario se organizaron también encuentros con personas de diferentes zonas geográficas, étnicas, religiosas y culturales que viven en la ciudad de San Sebastián, personas recién llegadas o que viven allí desde siempre. Se trataba de que las chicas/os conociesen sus nombres y apellidos, sus historias de vida, sus singularidades individuales y profesionales, su experiencia migratoria, etc., para franquear las categorizaciones estereotipadas.

Con el fin de crear una imagen común para las producciones audiovisuales del taller de Donostia, se crearon diferentes productos informativos caracterizados por la misma imagen gráfica y el mismo estilo: parecía la manera más sencilla y eficaz de identificar los vídeos que los/las participantes iban a crear durante sus trabajos y además otorgaba a los productos una connotación interactiva que podría favorecer la implicación de chicas y chicos.



Adhesivos identificativos sobre los que chicas y chicos escribieron sus nombres y apellidos.

Para identificar rápidamente a las/los participantes y crear un sentimiento de pertenencia (vincularlas/los a todas/os mediante una única imagen gráfica).



Tarjetas informativas con los hashtags usados en el proyecto y fuera de él por los diferentes *miembros participantes* que lo difundieron en redes sociales. Para animarles a compartir su trabajo con el mismo grupo de personas que de distintas maneras contribuyeron a la realización del proyecto, y de esta manera incrementar también su visibilidad.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



Toma con la imagen gráfica personalizable del proyecto, para colocarla al comienzo del vídeo con el fin de crear un hilo conductor gráfico que uniese todos los vídeos realizados en el taller de Donostia.

El interés y la participación activa de las/los jóvenes han sido excelentes. La realización de las tareas exigía una fuerte interacción entre las/los estudiantes de las diferentes escuelas. En un primer momento, se dividían por países, quedándose junto a las/los compañeros que conocían, pero durante el desarrollo del taller, ellas/os mismos sintieron la necesidad de mezclarse y trabajar junto a las/los demás, abriéndose a la interacción entre los diferentes grupos nacionales y poniendo todo de su parte para superar las barreras lingüísticas. Demostraron así una notable predisposición hacia el intercambio de ideas, experiencias, puntos de vista, de manera activa y positiva.

Los diferentes grupos de estudiantes así constituidos, cada uno acompañado por una persona experta, se consolidaron mediante la creación de un breve vídeo de contra narrativa ideado por ellas/os para después publicarlo en sus perfiles sociales de REACT, donde todavía están disponibles.

La colaboración con personas expertas fue enriquecedora y estimuló el trabajo creativo, brindándoles la oportunidad de trabajar con profesionales de la comunicación social y de producir resultados de mayor calidad formal y de contenido. Aunque fue sobre todo el encuentro con las/los *stakeholder* (inmigrantes llegados recientemente o con más tiempo, jóvenes refugiadas/os, demandantes de asilo...) lo que les dio una ocasión difícilmente repetible para unas/os adolescentes europeos: entrar en relación directa con personas de diferentes extracciones, adquirir conocimientos e informaciones directas sobre ellas en una situación de intercambio y reconocimiento recíproco igualitario. La manera en que las chicas y chicos del proyecto REACT condujeron las entrevistas demostró su sensibilidad y apertura a ver la realidad desde una nueva perspectiva, quizá diferente de la que traían cuando llegaron a Donostia.

Un vídeo de 1.29 narra la experiencia del taller de Donostia: <https://www.youtube.com/watch?v=eb65AcBIE4A>

La valoración de las personas educadoras

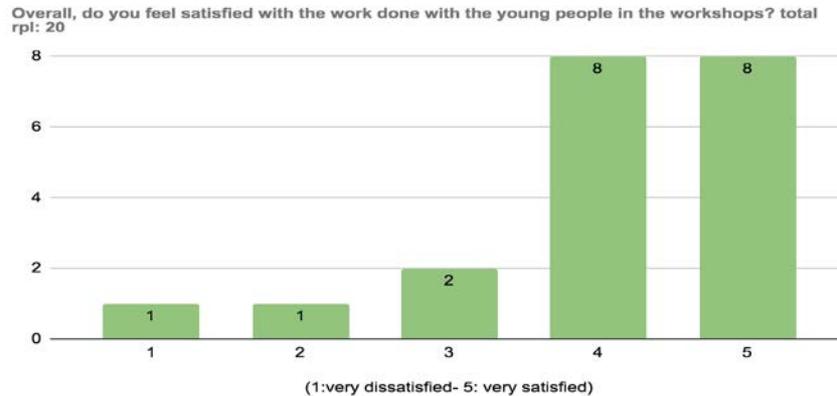
Se han utilizado dos instrumentos diferentes para recoger información valorativa con respecto al trabajo desempeñado por las personas educadoras:

- Un diario de a bordo, para rellenar después de cada sesión formativa apuntando las técnicas didácticas utilizadas, las reacciones de chicas y chicos y las estrategias empleadas por la propia/propio educador;
- una entrevista final para revisar todo el recorrido, concentrándose en los aprendizajes profesionales del propio formador/a y en los efectos de cambio sobre las chicas/chicos.

La valoración de las personas formadoras implicadas en la experimentación de los talleres del proyecto REACT ha sido positiva, tanto con respecto al impacto sobre las/los chicos, como en relación a su propio crecimiento profesional: de las 20 personas entrevistadas, 16 dieron una puntuación muy alta (4 o 5 sobre 5):



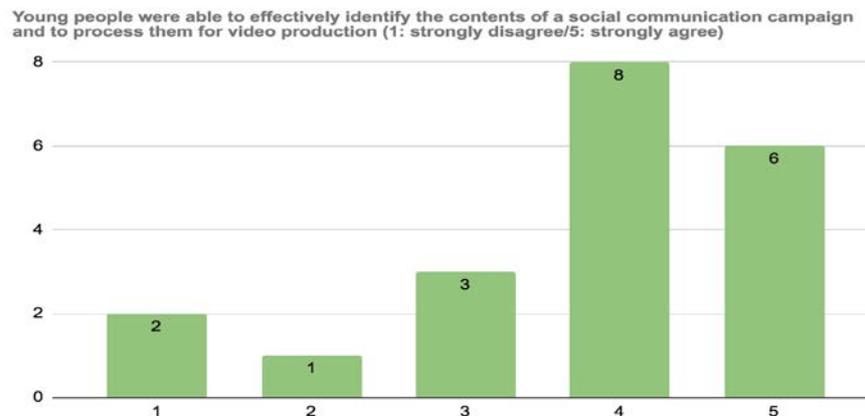
With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



En general, ¿estás satisfecho/a con el trabajo desempeñado por las/los jóvenes en los talleres? Sobre un total de 20 resp.

1: muy insatisfecho – 5: muy satisfecho

Igualmente, la mayoría considera que las chicas y chicos han logrado identificar eficazmente los contenidos de la campaña de comunicación social y usarlos en la elaboración del vídeo:



Las y los jóvenes fueron capaces de identificar los contenidos de la campaña de comunicación social y aplicarlos en el proceso de elaboración de vídeos de manera eficaz (1: muy en desacuerdo / 5: muy de acuerdo)

El análisis de los diarios de a bordo ha permitido también valorar la capacidad de las/los educadores para emplear metodologías didácticas diferenciadas con el fin de conseguir los objetivos de aprendizaje prefijados. Los instrumentos y técnicas descritas en los diarios de a bordo son múltiples; entre ellos, podemos citar los siguientes:

- ejercicios y juegos de distensión para crear un clima de trabajo favorable
- entrevistas en la clase
- ejercicios y juegos de rol
- debate activo, discusiones colectivas, *brainstorming*
- teatro-terapia, escritura creativa, ejercicios de imaginación visual
- empleo de recursos audio-vídeo



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Las y los educadores de los cinco países coinciden en afirmar que el taller fue seguido con interés y aprecio por parte de las alumnas y alumnos, y han descrito el crecimiento de estas y estos, en términos de pensamiento crítico, de la siguiente manera:

- ☑ "Las personas participantes han aumentado su capacidad de pensamiento crítico sobre todos los argumentos en conexión con el racismo, los estereotipos y los prejuicios" (España)
- ☑ "La formación ciertamente ha permitido a los niños identificarse como víctimas de mala información y han entendido la importancia de informarse antes de difundir información en línea" (Italia).
- ☑ "Al final del taller, los niños entendieron la diferencia entre el discurso de odio y el acoso cibernético, aprendieron a identificar patrones de comunicación ofensivos, aprendieron técnicas para reaccionar y comenzaron a usarlos, experimentando su propia capacidad de incidir" (Alemania).
- ☑ "Los jóvenes han aprendido a razonar sobre la discriminación en términos abstractos, no limitándose a reflexionar sobre experiencias personales, sino vinculando el fenómeno a la dimensión de los derechos humanos y sociales fundamentales y cómo representan las bases de la cohesión social" (Italia).

La mayoría de educadoras y educadores han expresado también su parecer sobre la gran importancia de trabajar sobre una temática tan central, y afirman haber aumentado las propias competencias profesionales:

- ☑ "Nuestras competencias profesionales han mejorado gracias a que el grupo que ha participado en el taller estaba compuesto en buena medida por jóvenes con ascendencia migratoria, lo que ha llevado a repensar y modificar – repetidamente y en tiempo real- las herramientas, contenidos y enfoques, adaptándolos a sus realidades, experiencias y pensamientos".
- ☑ "La orientación y herramientas proporcionadas por el proyecto han aumentado las competencias relativas a la realización y facilitación de talleres".
- ☑ "He apreciado mucho la multidisciplinariedad de la realización; trabajar en colaboración entre realizadores audiovisuales y educadores ha resultado muy eficaz".
- ☑ "Participar en este proyecto ha aumentado, diversificado y reforzado las conceptualizaciones teóricas que fundamentan nuestro trabajo y nos ha proporcionado nuevas herramientas y ejercicios que se suman a los que ya utilizábamos, enriqueciendo el bagaje de actividades que podemos proponer en este tipo de trabajo".
- ☑ Hemos aprendido actividades adaptadas para enfrentar cuestiones muy complejas de modo sencillo: que, partiendo de la escucha, del visionado y de la interpretación de historias y de vídeos de apariencia banal es posible debatir con las y los jóvenes sobre los constructos o las dinámicas personales o los prejuicios que llevamos dentro de modo inconsciente. Esto permite afrontar temas espinosos sin que nadie se sienta juzgado, sino libre de expresar su punto de vista.
- ☑ Las actividades propuestas han demostrado una gran eficacia para garantizar la involucración activa de las personas participantes, incluso las más difíciles o aquellas con un bagaje migratorio complejo. La realización de un vídeo, en particular, incitó a las y los estudiantes a desempeñar un papel activo y a participar en una experiencia de *storytelling*. Esta actividad práctica resultó muy útil para ofrecer un espacio de 'reflexión práctica' que sirviese para reforzar todo lo que aprendimos en las fases más teóricas del trabajo de modo sencillo, divertido, fluido y "visual".
- ☑ También la dimensión internacional del proyecto ha animado a las y los estudiantes a implicarse y a sentirse parte de una comunidad más amplia y europea.

La pega principal según educadoras/es y también según las/los propios estudiantes, es la duración de los talleres: todas/os han destacado la necesidad de alargar los tiempos y profundizar en los recorridos, sobre todo si el taller acaba con la realización de un vídeo, como refiere de modo sintético la respuesta de un educador inglés:

El proyecto en general ha contado con una estructuración adecuada y clara, pero dejando amplias posibilidades de adaptación de las actividades a las necesidades de las comunidades locales [...]. Habría sido útil disponer de más tiempo para que las y los educadores hubiesen podido asimilar mejor algunas de las nuevas actividades propuestas y para haberlas insertado de manera más estructurada en el trabajo diario con las/los jóvenes. Sería útil llevar a cabo un



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

*trabajo longitudinal para evaluar el impacto de las actividades y los resultados del aprendizaje, con entrevistas antes de
comenzar, al finalizar y tras un período de 6 meses.*



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

CONCLUSIONES

Recomendaciones para una contra narrativa y una lucha contra el discurso del odio eficaces.

Partiendo de las entrevistas e investigaciones realizadas y también de iniciativas transnacionales que involucran a diferentes organizaciones y grupos de jóvenes, se pueden elaborar algunas recomendaciones para crear contra narrativas y luchar de manera eficaz contra el discurso de odio.

Desarrollar competencias profesionales

Promover el desarrollo de competencias transversales en las y los jóvenes implicando a equipos de expertas/os profesionales con distintos bagajes / competencias / puntos de vista diferentes (sociología de las migraciones, ciencias de la comunicación, jurisprudencia, pedagogía, psicología social, ciencias políticas, etc.) para enfrentar el fenómeno del discurso del odio desde múltiples ángulos.

Networking

Confluir y “construir puentes” para crear una amplia red de organizaciones capaz de involucrar a un público variado (incluidos los actores políticos, responsables políticos y agentes de redes sociales) para multiplicar el impacto del mensaje.

Segmentar los target groups

Segmentar los grupos destinatarios para construir mensajes diferenciados.

Combinar estrategias “offline y online”

Implementar acciones offline y online, también en contextos externos y en eventos de mayor envergadura, con un público mucho más amplio.

Utilizar formatos innovadores y eficaces

Crear formatos y productos “cool”, atractivos para con la juventud (vídeos breves, memes, infográficos, etc.).

Utilizar metodología y estrategias comunicativas innovadoras

Usar una comunicación sencilla y directa, apelando a las emociones positivas y no solo a los hechos, estimulando la empatía y la proyección. Una estrategia eficaz puede ser la implicación de personas atractivas para el público juvenil (p. e., youtubers famosas/os) que hablen su mismo idioma y tengan su mismo estilo de vida.

Escoger adecuadamente las plataformas

Escoger adecuadamente las plataformas digitales convencionales como Snapchat, Twitter e Instagram.

Promover el protagonismo activo de las/los jóvenes

Las iniciativas dirigidas a un público juvenil deben permitirles expresar su opinión sobre temáticas de actualidad y cercanía para ellas/os y concederles el protagonismo, garantizándoles apoyo técnico a distancia.

Promover movimientos de “segunda generación” y valorar la diversidad

Reorganizar las llamadas “segundas generaciones” en torno a una asociación o un movimiento (online y offline) que no solo sea portador de sus reivindicaciones, sino que también promueva la conciencia de la oportunidad que representan para la sociedad.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Incitar la participación desde abajo

Para combatir el discurso del odio resulta útil dar apoyo a los movimientos de base (*grassroots*) o a los grupos online a “costo cero”, que pueden atraer un elevado número de activistas voluntarias/os con un alto grado de organización interna.

Dar continuidad a las iniciativas

Dar continuidad a las iniciativas aprovechando los canales existentes que ya difunden narraciones alternativas y creando materiales que pueden ser utilizados independientemente de cada iniciativa.

Utilizar herramientas versátiles y económicas

Elegir herramientas versátiles y económicas (como en los proyectos que requieren una sola plataforma electrónica) permite minimizar los costos de realización de la iniciativa y hacerla más fácilmente replicable en un mayor número de contextos.

Favorecer la creación de bases de datos cualitativas accesibles

Es necesario crear bases de datos cualitativas accesibles para monitorear los episodios de racismo recogiendo señalamientos de las diferentes fuentes, para hacerse con un patrimonio narrativo de ejemplos reales que apoyen los propios argumentos.

Educar en el pensamiento crítico

Desarrollar los conocimientos y estrategias necesarias para comprobar las fuentes, descodificar las noticias y combatir las *fake news*.

Preparar un conjunto de contra-argumentos

Tener listo un conjunto de contra-argumentos para responder rápida y adecuadamente al discurso del odio.

Evitar:

- Usar argumentos que reproduzcan estereotipos.
- Victimizar, identificar al *target* del discurso del odio como una víctima.
- Replicar los mecanismos del discurso del odio, como la generalización, el uso de chivos expiatorios o de un lenguaje discriminatorio.
- Los argumentos moralistas y los juicios de valor.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

PARTE 2 – LAS HERRAMIENTAS DE TRABAJO

El proceso formativo ideado por REACT se basa en una metodología específica que establece un diálogo en primera persona entre todas las personas participantes. En este proceso cobran fundamental importancia los métodos y las herramientas de educación no formal, que estimulan la implicación emocional de las personas participantes y activan un proceso de aprendizaje. Durante este proceso de aprendizaje las personas participantes, haciendo uso de su capacidad de participar y compartir, se convierten en protagonistas y hacen suyas las reflexiones y los conocimientos.

Las actividades descritas a continuación suponen en primer lugar espacios para la puesta en común, donde el intercambio y la compartición son fundamentales para estimular la capacidad cooperativa de las personas participantes. Se utilizarán diferentes metodologías, como los talleres, los juegos de rol, casos de estudio, las simulaciones o los debates guiados mediante las cuales las y los jóvenes participantes pueden experimentar el *learning by doing*⁷. Este proceso facilita también el monitoreo y la evaluación constantes de la calidad de la experiencia vivida por las chicas y chicos en términos de adquisición de conocimientos y de nivel de participación.

La experiencia de participar en un taller deja en las personas participantes una huella profunda. Adquirir esa experiencia significa hacer frente a cualquier cosa que pueda suceder y que implique un cambio en lo que se sabe y en lo que se es. En este sentido, REACT reconoce una gran importancia a la inteligencia emocional de las personas participantes y fomenta de manera continuada su capacidad de percibir y de construir emociones. El proceso formativo busca estimular la capacidad de empatía, de compartición, de generación de experiencias vividas, con el fin de llegar a lo que podemos denominar como una “comunidad educativa plural”, que irá creciendo gracias a los aportes de cada uno de los componentes del grupo.

El tema que habremos de enfrentar constituirá el modelo mediante el cual podremos percibir y debatir: el presente, a nosotros mismos como mujeres y hombres capaces de elegir, y nuestras preocupaciones y potencialidades.

La empatía y la inteligencia emocional están en el centro del proceso formativo de REACT; ambas florecen gracias a la construcción de un espacio “protegido” en cuyo interior las personas participantes experimentan la serenidad de expresar libremente sus propias opiniones y emociones.

Durante los talleres, se aprende a conocer y a experimentar la confianza en la comunidad educativa. En los momentos compartidos se descubre la belleza del encuentro; y en el tiempo que cada cual se reserva a sí mismo, se entra en contacto con los interrogantes profundos y se abre un espacio para la reflexión y para la significación de la experiencia vivida.

Se otorga también una gran importancia a los momentos evaluativos. Durante ellos precisamente es cuando las personas participantes, reflexionando y significando el proceso recorrido, construyen su experiencia a todos los efectos. El relato es en sí mismo el proceso de aprendizaje, y es al relatar cuando las personas adquieren una conciencia renovada de sí mismas, de sus cambios, y del mundo que las rodea.

Para que las y los formadores puedan elegir las actividades mejor adaptadas según los objetivos, las fichas se han agrupado en dos secciones temáticas, a saber:

- Actividades para combatir los estereotipos y prejuicios – es decir, las opiniones rígidamente preconcebidas y generalizadas sobre personas o grupos sociales, adquiridas sin una experiencia directa, que siguen muy arraigadas y pueden condicionar nuestro modo de pensar.
- Actividades para combatir el discurso del odio y la discriminación – es decir, los comportamientos que expresan y difunden el odio y la intolerancia, o incitan a los prejuicios y al miedo contra personas individuales o grupos sociales.

⁷Nota del trad.: lit. “aprender haciendo.”



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

FICHAS DE ACTIVIDADES

Actividades para combatir estereotipos y prejuicios



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

1. ¿Qué significa “diverso”? Hablemos sobre el significado de la “diversidad”

Objetivos

- Sondar la percepción y experiencias de las y los estudiantes en torno al concepto de *diversidad*;
- Introducir un concepto en sus diversas acepciones, positivas y negativas;
- Reflexionar sobre los procesos y modalidades que llevan a considerar la *diversidad* como un concepto negativo y excluyente;
- Introducir un concepto de *estereotipo* y de *prejuicio*.

Duración media de la actividad: 20 minutos

Material

- Papelógrafo / pizarra
- Rotuladores / tizas

Desarrollo

Fase 1, lluvia de ideas

Escribir en la pizarra o papelógrafo la palabra “diversidad”.

Pedir a los participantes que hagan una lista con los términos que primero se les ocurran al leer esa palabra. Escribir en la pizarra o papelógrafo lo que vaya surgiendo.

Fase 2, ordenar ideas y debatirlas

Debatir con las personas participantes cómo podrían clasificarse los conceptos e ideas expresados por ellas; algunas pistas:

- Separar los que consideran positivos de los que consideran negativos;
- ¿En qué sentido es positiva la diversidad para ellas? ¿y en cuál es negativa?
- Comprobar si han aparecido términos que aluden a diferentes criterios para definir la diversidad (p.e. la diversidad religiosa, cultural; diversidad física; diversidad en lo que somos y en lo que hacemos)
- ¿Qué hace que podamos considerarnos diversas/os?
- ¿Cuáles son las consecuencias de considerarnos diversas/os?
- ¿Las personas participantes se han considerado diversas o han considerado a alguna otra persona diversa en alguna ocasión? ¿cómo se sintieron?
- Según las personas participantes, ¿qué son los estereotipos?



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

- Según las personas participantes, ¿qué son los prejuicios?



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

1. “Genoveva”

Objetivos

- Reflexionar sobre los prejuicios y estereotipos, a veces inconscientes.
- Reflexionar sobre los valores profundos que cada cual lleva en sí.
- Reflexionar sobre la conexión entre el propio conjunto de valores y el propio juicio y comportamiento.

Duración media de la actividad: 60/90 minutos

Material

Hojas de papel
Lápices/bolígrafos
Un papelógrafo

Desarrollo

Fase 1, Contar la historia

Genoveva está enamorada de Tom, que se encuentra en la otra orilla de un río. Una terrible inundación ha destruido todos los puentes y ha dejado solo una barca. Un gran río separa ahora a Genoveva y a Tom.

Pasado un tiempo, Genoveva pide a Ralf, el propietario de la barca, que la lleve a la otra orilla para poder estar con Tom.

Ralf acepta, pero pone como condición que Genoveva pase la noche con él.

Genoveva, confusa, no sabe qué hacer y pide consejo a su madre, quien le dice que no puede meterse en las decisiones personales de Genoveva, y que ha de ser ella quien decida.

Genoveva se lo piensa durante algunos días y, desesperada, acaba aceptando las condiciones de Ralf. Alcanza la otra orilla y le cuenta a Tom cómo ha hecho para llegar hasta él.

Tom se enfurece y la echa de allí indignado; Genoveva se va envuelta en llanto.

No lejos de la casa de Tom, Genoveva se encuentra con John, un amigo. John habiendo escuchado la triste aventura, va a buscar a Tom, le propina unas bofetadas y después se va con Genoveva.

Fase 2, Confeccionar su propia lista

Cada participante, en su propia hoja y sin consultar con nadie, elabora una lista con 5 personajes del peor al mejor.

Fase 3, Confeccionar las listas de grupo

Dividir el grupo en subgrupos de 4-5 personas concediéndoles 10 minutos para elaborar una lista de grupo. Mientras trabajan, la persona tutora observa los grupos y las dinámicas que se van generando.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Fase 4, Puesta en común

Volver a colocar a las personas participantes en círculo y pedir a cada grupo que comparta su lista - la persona tutora las anotará en el papelógrafo- y que explique cómo ha discurrido el proceso de elección de los nombres: si han debatido y sobre qué, y cómo se han puesto de acuerdo.

Hacer reflexionar a las personas participantes sobre la dificultad con que suelen vivirse algunos talleres (por los debates acalorados o por las insatisfacciones creadas cuando las preferencias del grupo se alejan de las propias), ya que en ellos se remueven nuestros valores profundos y se avivan una serie de prejuicios y estereotipos que llevamos en nuestro bagaje cultural, a menudo sin ser conscientes de ello.

Fase 5, Inversión de los personajes

Concluir el taller contando la historia de nuevo, pero con una inversión del género de los personajes:

Tom está enamorado de Genoveva que está al otro lado de un río. Una terrible inundación ha destruido todos los puentes y ha dejado intacta solo una barca. Un ancho río separa ahora a Genoveva y a Tom.

Al poco, Tom pide a Rodolfa, propietaria de la barca, que lo lleve a la otra orilla para poder ver a Genoveva.

Rodolfa acepta, pero pone como condición que Tom pase la noche con ella.

Tom, confuso, no sabe qué hacer y pide consejo a su padre, quien le dice que no puede meterse en las decisiones personales de Tom, y que ha de ser él quien decida.

Tom se lo piensa durante algunos días y, desesperado, acaba aceptando las condiciones de Rodolfa. Alcanza la otra orilla y le cuenta a Genoveva cómo ha hecho para llegar hasta ella.

Genoveva se enfurece y lo echa de allí indignada; Tom se va envuelto en llanto.

No lejos de la casa de Genoveva, Tom se encuentra con Juana, una amiga. Juana, habiendo escuchado de Tom la triste aventura, va a buscar a Genoveva, le propina unas bofetadas y después se va con Tom.

COMPARTIR LAS REFLEXIONES

Pedir a las personas participantes que reflexionen sobre los distintos juicios de valor que han emitido sobre los personajes con respecto a la primera versión de la historia. Posibles preguntas orientativas: ¿cómo os imagináis a Ralf -joven, viejo, feo, guapo, atractivo, asqueroso-? ¿Y cómo os imagináis a Rodolfa? ¿Os parece extraño que el padre diga a su hijo que ha de tomar las decisiones de modo autónomo? ¿Pensáis que es una historia plausible?

Reflexionar en común sobre la sociedad que nos rodea en la que existen roles y comportamientos aceptables o no aceptables, sobre lo que consideramos verosímil, y sobre lo que, por ejemplo, no consideraríamos un comportamiento plausible para una mujer, mientras que para el caso de un hombre ni nos chocaría ni nos indignaría, y viceversa.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

2. Vídeo “For the birds”

Objetivos

- Introducir los conceptos de *exclusión* y *discriminación* vinculados al de *diversidad*;
- Debatir sobre cómo se generan los prejuicios y sobre sus consecuencias;
- Debatir sobre las dinámicas de exclusión y discriminación;
- Debatir sobre las dinámicas de grupo.

Duración media de la actividad: **30 minutos**

Material

Vídeo *For the birds*
Proyector y ordenador
Altavoces

Desarrollo

Fase 1, vídeo

Mostrar a las personas participantes el vídeo de Pixar con el proyector.

Fase 2, trabajo en subgrupos

Dividir a las personas participantes en pequeños subgrupos y pedirles debatir en ellos sobre lo que han visto y compartir los aspectos que les hayan impactado, refiriendo las temáticas que crean apreciar en el vídeo de animación.

Fase 3, compartición

Pedir a los grupos que compartan lo que ha ido apareciendo en ellos. Debatir en común partiendo de las siguientes preguntas:

- ¿Qué sucede en este breve vídeo de animación?
- ¿Cómo se comportan los pajarillos antes de que llegue el pájaro grande?
- ¿Qué sucede cuando llega el pájaro grande?
- ¿Qué diferencia existe entre los diferentes pájaros?
- ¿Se comprenden entre sí los pájaros pequeños y el grande?
- ¿Se habrían podido comportar los personajes de distinta manera? ¿Qué habría cambiado?
- ¿Cómo actuaron los pájaros pequeños para echar al grande? ¿Actuaron todos de la misma manera?
- Según vosotras/os, ¿la dinámica descrita en el vídeo es una dinámica común? ¿Suceden cosas similares en vuestros respectivos contextos o el mundo que os rodea? ¿Podrías citar ejemplos?



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

- ¿Alguna vez habéis observado o participado en una dinámica similar? ¿En qué situación?
¿Cómo acaba? ¿De qué otra forma habría podido acabar?
- En vuestra opinión, ¿cuál es el sentido del vídeo, con qué fin se ha realizado?



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

3. ¿Quién está detrás de mí?

Objetivos

- Llevar a cabo una experiencia empática;
- Hablar sobre el impacto de los estereotipos y los prejuicios en las personas;
- Debatir sobre el vínculo existente entre los estereotipos, los prejuicios y la discriminación;
- Reflexionar sobre los medios de comunicación convencionales y las redes sociales en la generación de prejuicios y discriminaciones;
- Reflexionar sobre la importancia de la empatía en las relaciones reales y en las virtuales (online).

Duración media de la actividad: 90 minutos

Material

Tantas fotografías como participantes
Cinta adhesiva de papel
Hojas en blanco
Lapiceros/bolígrafos

Desarrollo

Fase 1, explicación del juego

Colocar a las personas participantes en círculo, de espaldas al interior del círculo. Sujetar con una tira de papel adhesivo una fotografía a la espalda de cada participante. A continuación, darles la vuelta para que miren hacia el centro del círculo, entregar a cada cual una hoja y un lapicero o bolígrafo y darles las siguientes instrucciones:

- Cada cual tiene colgada en la espalda una imagen de una persona o un grupo de personas;
- Caminad por la sala. Cuando os encontréis con otra u otro participante, mirad la imagen que lleva sobre la espalda y decid algo –una frase, una palabra- que exprese la opinión general de la sociedad sobre esa persona o ese grupo de personas. Decídselo a la persona que lleva la imagen mirándolo a los ojos. No se trata necesariamente de vuestra opinión personal, sino de los estereotipos o etiquetas que las personas les suelen atribuir. Podéis hacer comentarios positivos, negativos, incluso maleducados: ¡es un juego!
- Cuando os hagan a vosotras/os los comentarios, apuntad en la hoja lo que os digan.

Fase 2, juego

Cuando todo el mundo haya entendido las instrucciones, que empiece el juego.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Fase 3, compartición

Cuando consideréis que ya se ha completado el intercambio, interrumpid el juego y haced sentar en círculo a las personas participantes.

Pedid a cada cual que formule una hipótesis sobre la identidad de la persona o grupo que lleva sobre su espalda, según los comentarios recibidos, y que comparta tales comentarios con el grupo.

Una vez completado el círculo, plantead las siguientes preguntas al grupo:

- ¿ha sido difícil encontrar términos para describir lo que dice la gente sobre las personas y grupos que habéis visto retratadas en las fotografías?
- ¿cómo os habéis sentido al realizar los comentarios a las y los compañeros?
- ¿cómo os habéis sentido al recibirlos?
- si alguno no ha acertado la imagen de la persona, preguntadle por qué;
- ¿habéis conocido a alguien como las personas de las imágenes?
- ¿son imágenes estereotipadas en vuestra opinión?;
- ¿cómo pensáis que uno/una se hace una imagen de estas personas?
- ¿cómo y cuánto participan en general esas personas en la construcción de esos estereotipos?
- ¿pensáis que los estereotipos y prejuicios son útiles? ¿Por qué sí o no?

Nota para personas formadoras: asegurarse de que las imágenes elegidas no describan realidades muy próximas a las historias de las personas participantes para no crear situaciones desagradables y embarazosas.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

4. Don't put people in a box⁸

Objetivos

- **Debatir sobre las etiquetas y las categorías a las que suele relegarse a las personas.**

Duración media de la actividad: **20 minutos**

Material

- Vídeo <https://video.repubblica.it/mondo/danimarca-noi-contro-loro-l-emozionante-spot-che-ci-fa-riscoprire-le-cose-che-ci-uniscono/266697/267076>
- Ordenador y proyector
- Altavoces

Desarrollo

Fase 1, visionado del vídeo

Mostrar el vídeo a las personas participantes.

Fase 2, restitución

Debatir brevemente con las personas participantes sobre lo que han visto:

- ¿qué sucede en el vídeo?
- ¿qué comunica el vídeo?
- ¿hasta dónde nos sentimos identificadas/os con algunas categorías?
- ¿alguna categoría podría quedársenos pequeña? por ejemplo, ¿cuándo?
- ¿Podríamos auto-describirnos mediante una categoría? ¿De qué manera?

⁸ Nota del trad.: “no colocar a las personas en cajones”, es decir, no colgarles etiquetas.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

5. Vídeo y debate sobre los prejuicios

Objetivos

- Reflexionar sobre los efectos de los prejuicios contra las personas consideradas diferentes;
- Reflexionar sobre las “categorías” consideradas diferentes;
- Reflexionar sobre las discriminaciones;
- Reflexionar sobre la importancia de construir y fomentar la empatía con respecto a las personas víctimas de prejuicios.

Duración media de la actividad: 45 minutos

Material

Vídeos sobre situaciones que recuerdan estereotipos o prejuicios.

Aquí puede verse una selección:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PL6k32X7tgiU7Ha7bLgdbgdKYcu8rCLr9w>

Desarrollo

Fase 1, visionado de los vídeos

Mostrar el vídeo a las personas participantes.

Fase 2, restitución

Debatir con las personas participantes partiendo de las preguntas siguientes:

- ¿qué les ha llegado de estos vídeos?
- ¿qué emociones les ha provocado?
- ¿han aprendido algo que no sabían? ¿El qué?
- al ver estos vídeos, ¿se han sentido como portadores de algún tipo de prejuicio? ¿contra quién?
- ¿alguna vez han pronunciado u oído alguna de las frases o expresiones discriminatorias recogidas en los vídeos? ¿en qué ocasiones?



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

Actividades para combatir el discurso del odio y la discriminación



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

1. X&O - Ser una O en un mundo de X⁹

Objetivos

- Reflexionar sobre el propio comportamiento ante la situación;
- Analizar y debatir las dinámicas de los procesos de exclusión desde ambos puntos de vista (excluido y excluyente);
- Debatir sobre las dinámicas de grupo, sobre las causas y las consecuencias de los procesos de exclusión;
- Compartir algunas experiencias personales, reflexionando sobre cómo los mecanismos de exclusión y discriminación forman parte nuestra vida cotidiana y sobre cómo cada persona puede ser su víctima o su artífice;

Duración media de la actividad: 90 minutos

Material

- Post-it
- Rotuladores
- Proyector
- Lapiceros/bolígrafos

Desarrollo

Fase 1, explicación e inicio de la actividad

Preparar post-it (tantos como personas participantes, cada cual recibirá uno), y separarlos en 4 montones. Elegir para cada montón un color y una forma diferente (p.e., un triángulo verde, un círculo verde, un cuadrado rojo, un rectángulo azul) y dibujarla a rotulador en cada post-it. Elegir un solo post-it en el que se dibujará una letra O negra.

Comunicar a las personas participantes que a partir de este momento no pueden hablar.

Pedir a las personas participantes que se levanten y hagan un círculo de espaldas a la persona formadora; deben mantenerse en silencio y no mirar a la espalda de las demás personas participantes hasta que no comience el juego.

Pegar un post-it a la espalda de cada participante, sin que nadie sepa qué post-it lleva colgado.

Elegir cuidadosamente a la persona que llevará el post-it con la O, tendrá que ser una persona fuerte y tranquila.

⁹ Taller obtenido de una actividad de Roberto Ceschina.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Cuando todo el mundo lleve su post-it colgado, darles la siguiente orden: “Agrupaos, sin hablar, con las personas que tengan un post-it similar”.

La orden es voluntariamente ambigua: saben que han de tener en cuenta los post-it que llevan en su espalda, pero no se les dice según qué criterios agruparse (¿por colores? ¿por formas?), ni tampoco que no pueda haber en el grupo personas con otros símbolos, no se pide explícitamente excluir (será una posible deducción suya), sino solamente que cada símbolo que se parezca debe estar cerca: serán las personas participantes quienes decidirán cómo interpretarlo, quien facilita no debe dar indicaciones ni en un sentido ni en otro.

La O está sola, pero no lo sabe, y al principio tampoco lo sabe el resto.

Observar a medida que avanza en juego cuáles son las dinámicas generadas: ¿se acoge o se rechaza a la O? ¿cómo? Cuando se percibe que la O está sola, ¿es objeto de burla y aislamiento, o se la acoge en un grupo? Si lo permite la situación, filmarlas/los y mostrarles su comportamiento durante la fase de puesta en común, para que puedan observarse y sacar ulteriores conclusiones para la reflexión. Si no fuese posible filmar, observar con gran atención y apuntar todo lo que va sucediendo; las dinámicas creadas, los comportamientos y las reacciones adoptadas, sobre todo con respecto a quien lleva la O.

Fase 2, Puesta en común

Volver al círculo y preguntarles cómo se han sentido, cómo han vivido su pertenencia al grupo y si se han dado cuenta de las dinámicas generadas o de cómo se sentía el resto, y si han experimentado sentimientos contradictorios. Según la elección que hayan tomado, preguntarles por los motivos que les ha llevado a tomarla, si eran conscientes de esos motivos, y cómo se han sentido al hacerlo. Por último, pedir que se exprese a la persona con la O: cómo se ha sentido, cómo ha vivido el comportamiento de las demás personas, cómo ha reaccionado (si ha intentado que la incluyeran, si ha lo aceptado con resignación, etc.) y qué ha notado sobre las dinámicas que la rodeaban.

Fase 3, Reflexionar sobre las dinámicas de grupo - Ser una O

Explicar o leer lo siguiente:

En todos los grupos existen personas “diferentes”, identificadas como tales por los motivos más dispares: su religión, su procedencia geográfica, su llegada reciente, etc. A partir de ahora nos referiremos al grupo mayoritario como grupo “X” y al grupo minoritario como grupo “O”. Las O pueden ser diferentes del grupo X por sexo, por vestimenta, por alimentación, por ideología, por religión, por capacidad, o simplemente porque son nuevas. Aunque la diferencia más evidente es que no hay el mismo número de O y de X: las X son muchas más.

Y ¿qué sucede cuando una O entra en el grupo de las X? La singularidad de la O constituye una novedad que capta la atención de las X.

A una O se la observa más y con mayor atención que a las X.

La O se convierte en una atracción y es objeto de todas las miradas. La O es objeto de escrutinio: cada gesto, cada comportamiento suyo se observa, se comenta y se anota.

Surgirán opiniones y juicios distintos para la O y para las X incluso cuando hagan lo mismo: la O no puede esconder sus errores con tanta facilidad como las X y, sobre todo, no puede esconder sus



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

extrañezas de O. Es más, siendo la única O, se convierte en “representativa” de todo el grupo de las O, incluso de lo que no es. Y las X le pedirán explicaciones por su comportamiento “de grupo de O”. La O siente el peso de su identidad e intenta salir de esa situación.

A la O le quedarán 3 posibilidades:

- a) intentar ser una súper O! Hacerlo todo mejor y más rápido que todas las X, aunque al primer error, se desbaratarán todos sus esfuerzos;
- b) esconderse detrás de una falsa identidad, travestirse, transformarse, intentar parecer cada vez más una X en su vestimenta, en su modo de hablar... aunque las X nunca aceptarían una X no original;
- c) trabajar entre bambalinas, oculta tras una X, ayudándola y trabajando para ella: “detrás de una gran X siempre hay una pequeña O.”

Fase 4, Reflexionar sobre las dinámicas de grupo – Trabajo en parejas

En parejas, estimular el debate entre las personas participantes (5 min por persona) partiendo de las siguientes preguntas:

- ¿Alguna vez se han sentido como una O? ¿Cuándo?
- ¿Cómo se sintieron en esa situación?

Fase 5, Reflexionar sobre las dinámicas de grupo – Ser una X

Explicar o leer lo siguiente:

¿Qué sucede a las X cuando entra una O en su grupo? Antes de que llegasen las O las diferencias entre las X eran muy evidentes. La presencia de las O hace que las X se asemejen más. Las X toman conciencia de ser X como si se viesen por primera vez en un espejo. Las X nunca se han sentido tan parte de su grupo como cuando llegó la O, y la diferencia de la O parece la única capaz de anular todas las demás. Algunas X descubrirían cosas en común con las O si encontrasen modo de hablar solas.

A las X les preocupa lo que les sucederá con la presencia de las O: ¿podrán bromear juntas (quizás sobre el grupo de las O)? ¿Tendrán que hacerse a la idea de que las O se unan al grupo? ¿Tendrán que aceptar que las O canten, coman o piensen de distinta manera? ¿Tendrán que cambiar sus hábitos, su cultura?

Las X necesitan sentirse seguras, así que a menudo blanden su cultura ante las O para recordarles que son distintas. Nacen los prejuicios: una O debería estar con las otras O, y las X deberían hacer sus cosas solas.

A veces las X dejan de aceptar a la O; las X se apoyan mutuamente, y la O se queda sola sin ayuda. La O acaba siendo marginada del grupo de las X. La O necesita romper su situación de marginación y hacerse aceptar por el grupo social de las X.

La X aceptará a la O si:

- es una O excepcional, una O *superstar*;
- si la O aprende a pensar como una X;
- si la O demuestra gratitud a las X y encabeza las críticas a las otras O. Las críticas de una O hacia sus compañeras confirman a las X que han hecho bien acogiéndola porque constituye una excepción: “no todas las O pueden entrar en el grupo de las X.”



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Tanto las O como las X están a disgusto. Algunas X querrían ayudar a las O, pero no saben cómo. Si hay más O que se dan cuenta de ello y aprenden a hablar a las X y hay más X que se dan cuenta de lo que sucede y no dejan que el miedo les paralice, todas juntas podrán actuar con mayor eficacia para superar juntas su malestar y transformar la diversidad en un recurso.

Fase 6, Reflexionar sobre las dinámicas del grupo – Trabajo en parejas

En parejas, hacer hablar a las personas participantes (5 min por persona) partiendo de las siguientes preguntas:

¿Alguna vez se han sentido como una X? ¿Cuándo?

¿Cómo se sintieron en esa situación?

Fase 7, Puesta en común de cierre

Pedir a las personas participantes que compartan sus reflexiones sobre lo realizado. Preguntarles si ha sido más fácil sentirse como X o como O.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

2. La pirámide del odio¹⁰

Objetivos

- debatir las causas y los efectos de la exclusión;
- reflexionar sobre las fases a través de las cuales se va construyendo la diversidad y se va fomentando primero el odio y después el desprecio con relación a los/las otros/as;
- compartir algunas experiencias personales, reflexionando sobre cómo los mecanismos de exclusión y de discriminación forman parte de la vida cotidiana;

Duración media de la actividad: 60 minutos

Material

- 2 papelógrafos/póster
- Rotuladores
- Post-it

¹⁰ Taller inspirado en una propuesta educativa de la USC Shoah Foundation.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union



1	Delitos de odio: actos de violencia física que pueden ir hasta el homicidio, perpetrados contra las personas por causa de una característica determinada como el sexo, la orientación sexual, la etnia, el color de la piel, la religión u otras.
2	Lenguaje del odio: amenazas o incitación a la denigración o la violencia contra una persona o un grupo de personas identificadas en función de una característica determinada, como el sexo, la orientación sexual, la etnia, el color de la piel, la religión u otras.
3	Discriminaciones: por trabajo, vivienda, escuelas, relaciones sociales
4	Estereotipos, falsas representaciones: estereotipos negativos, representaciones falsas o engañosas, insultos, lenguaje hostil "normalizado" o banalizado

Desarrollo

Fase 1, Construcción de la pirámide del odio

Construir la pirámide del odio (ver ejemplo la figura) con las personas participantes. Dibujar la forma de la pirámide en un papelógrafo o en una pizarra, con todos los escalones. Determinar con las personas participantes los comportamientos y actitudes vinculadas a los diferentes estadios (p.e., ¿cuáles son, en vuestra opinión, los *comportamientos basados en prejuicios*?). Proceder de esta manera sucesivamente para cada escalón.

Fase 2, Escribe tu experiencia en un post-it



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Una vez completada la pirámide, dar a cada cual un post-it para que describa, aunque sea solo con palabras clave, una experiencia personal sobre alguna de las situaciones descritas en la pirámide. Desde la mera asistencia a los hechos, o como víctimas o perpetradores. Los post-it han de ser anónimos.

Colocar los post-it en el interior del círculo o en un póster/papelógrafo.

Fase 3, Dónde nos situamos nosotras/os

Tomar algunos post-it (suficiente con algunos que sean representativos de lo que ha sucedido y colocarlos juntas/os (son anónimos) en el escalón adecuado (burlas, marginación, violencia). Así podrá verse cómo nuestras experiencias van rellenando la pirámide.

Pegar los post-it que describan situaciones observadas fuera de la pirámide, al mismo escalón que el estadio al que se refieren.

Fase 4, La sociedad

Si se parte de los extremos de la base de la pirámide y se trazan dos líneas perpendiculares a la base que lleguen hasta la altura de la punta y se cierra el rectángulo con una línea horizontal en la parte superior, es posible sacar conclusiones sobre las dos zonas vacías a ambos lados de la pirámide: ahí se sitúan las/los observadores. Se puede reflexionar sobre la circunstancia de que a medida que se suben escalones en la pirámide, cada vez son menos las personas que actúan directamente y más las que observan. Debatir con las personas participantes sobre los niveles de responsabilidad: quien no actúa, pero asiste, ¿en qué medida creen que es responsable de lo que está sucediendo?

Fase 5, Conclusiones

¿Cuán importante es decidir intervenir? Focalizarse brevemente sobre cómo un simple cambio de idioma pueda suponer un primer paso contra la marginación.



3. El Juego de los tres minutos, acostumbrarse a leer

Objetivos

- Reflexionar sobre la importancia de prestar atención para entender lo que las informaciones sueltas, los artículos de prensa, los mensajes en los medios de comunicación social pretenden comunicar;
- Reflexionar juntas/os sobre la construcción de las noticias online.

Duración media de la actividad: 15 minutos

Material

Fichas de “ejercicios de 3 minutos”, una por participante.

Ejercicio de 3 minutos

- 1) Antes de actuar, leer atentamente todos los puntos siguientes
- 2) Escriba su nombre en la esquina superior derecha de la hoja de papel
- 3) Dibuje una circunferencia alrededor de su nombre según lo indicado en el punto precedente
- 4) Dibuje 5 pequeñas circunferencias en la esquina superior izquierda de la hoja
- 5) Marque una X dentro en cada círculo
- 6) Circunscriba cada círculo con un cuadrado
- 7) Escriba sus apellidos bajo el título de la hoja
- 8) Dibuje una flor a la derecha del título
- 9) Junto al título escriba: Sí, Sí, Sí
- 10) Dibuje una circunferencia alrededor de la instrucción nº4
- 11) Dibuje una X en la esquina inferior izquierda de la hoja
- 12) Dibuje una circunferencia alrededor de la X que acaba de trazar
- 13) En la parte trasera de la hoja, multiplique 125×33
- 14) Dibuje una circunferencia en torno a la palabra hoja de la instrucción nº4
- 15) Al llegar a este punto pronuncie su nombre en voz alta
- 16) Si cree que ha seguido las instrucciones correctamente hasta aquí diga “Sí” en voz alta
- 17) En el reverso de la hoja, sume $1452 + 3687$
- 18) Dibuje una circunferencia en torno al resultado de la suma, y después un cuadrado alrededor de la circunferencia
- 19) Dibuje una golondrina en el reverso de la hoja
- 20) Cuente, con un tono de voz normal, de 1 a 5 y viceversa
- 21) Dibuje tres puntitos con el bolígrafo en la parte inferior izquierda de la hoja
- 22) Trace una línea que una los puntos apenas dibujados
- 23) En el reverso de la hoja, junto a la golondrina, dibuje una nube y el sol



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

- | |
|--|
| 24) Efectúe esta operación: $\{[(1450-50+1200)/36] * 21 =$
25) Muy bien, ahora lea de nuevo el enunciado del punto 1, sin hacer nada más. Las instrucciones del punto 2 al punto 24 no han de seguirse. Deje su hoja y espere a que pasen tres minutos. |
| |

Desarrollo

Fase 1, ejercicio

Distribuir a cada participante una copia del “ejercicio de 3 minutos” vuelta del revés, para que nadie comience a leerla antes de que la tengan todas/os. En cuanto la hayan recibido todas/os, comenzar a cronometrar y dejarles cumplir la tarea. Antes de dar la salida, decir que se trata de una competición.

Fase 2, puesta en común

Preguntar a las personas participantes “cómo les ha ido”, compartir la dificultad de acabar el ejercicio en tres minutos y releer las instrucciones juntas/os.

Debatir con ellas/os partiendo de las preguntas siguientes:

- ¿Por qué se han puesto a desempeñar las instrucciones a pesar de la primera línea?
- Como se trataba de una competición, ¿se han centrado más en las ganas de acabar en primer lugar que en hacerlo bien?
- ¿Cuántas veces leemos con poca atención lo que tenemos ante los ojos?
- Debatir con las/los participantes el modo de informarse y reflexionar sobre el hecho de que solemos fijarnos en los titulares de las noticias online únicamente, sin leer el artículo. El titular suele redactarse para atraer la curiosidad, pero no siempre se corresponde punto por punto con la noticia, lo que puede ocasionar que recibamos informaciones parciales, ya que hemos perdido el hábito de leer y prestar atención a lo escrito. De hecho, algunos titulares periodísticos, leídos sin reflexionar ni profundizar, pueden construir y alimentar nuestros prejuicios.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

4. Multitasking

Objetivos

- Vivir una experiencia de ensimismamiento que genere empatía;
- Reflexionar sobre nuestra manera de juzgar a las personas, aprendiendo a tener en cuenta el contexto y las situaciones en las que se hallan inmersas, en especial en el caso las personas migrantes.

Duración media de la actividad: 30 minutos

Material

Ninguno.

Desarrollo

Fase 1, Ejercicio: ser multitasking

Dividir el grupo en 3: el subgrupo de los números 1, el subgrupo de los números 2 y el subgrupo de los números 3.

Pedir a los números 1 que se pongan de pie, a los números 2 que se coloquen individualmente frente a un número 1 (cara a cara) y a los números 3 que se pongan detrás de los números 2 (a su espalda), pero con la cara (girados) a ellos. 2. De esa manera habrá grupos de 3 personas compuestos de una persona que tendrá a otra delante y otra detrás.

Los números 2 recibirán múltiples estímulos, a los cuales tendrán que responder rápidamente. De hecho, los números 1 tendrán que mover una mano (hacia arriba, hacia abajo, hacia la derecha, hacia la izquierda, etc.) que el número 2 tendrá que tocar con su propia mano. A la vez, el número 3 ha de tocar algunas partes del cuerpo del número 2 (hombros, codos, caderas, rodillas, espalda, nuca, etc.) que el número 2 tendrá que nombrar a viva voz. Las personas tutoras, mientras tanto, caminan hacia los números 2, a la vez que el resto continúa, y les hacen preguntas sencillas, pero adquieren una complejidad por causa de las circunstancias: “¿Come te llamas? ¿Dónde estuviste de vacaciones el verano pasado? ¿Cuántos días? ¿Cuál es la capital de...? ¿Qué ríos pasan por tu ciudad?” etc.

Cada 5 minutos, se alternan los papeles, para que todo el mundo pueda experimentar cómo se siente al ser el número 2 durante 5 minutos.

Fase 2, Puesta en común

De nuevo reunidas/os en círculo, preguntar a las personas participantes si les ha resultado difícil, cómo se han sentido, y cuál ha sido su impresión.

Seguidamente explicarles que este sencillo ejercicio sirve para ponerse en la piel de quien de repente llega a un país sin conocer ni el idioma, ni la cultura, ni las costumbres y, abrumado por los estímulos, se siente superado y las cosas más sencillas le resultan muy complejas.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

5. ¡Dilo en voz alta!

Objetivos

- Comprobar que los contenidos transmitidos en los talleres han sido entendidos por las personas participantes
- Valorar si alguno de los prejuicios permanece o si han cedido o se han superado
- Hacer emerger la opinión de cada una de las personas participantes
- Pedir a las personas participantes que construyan un mensaje capaz de traspasar su entorno más inmediato y ser entendido por el resto de la sociedad sobre los prejuicios y los discursos del odio.

Duración media de la actividad: **120 minutos**

Material

- Hojas de papel
- Bolígrafos/lapiceros
- Post-it
- Móviles con cámara de vídeo

Fase 1, lluvia de ideas

Distribuir un post-it a cada participante y pedirles que escriban en él palabras clave o una frase que resuma los contenidos de las actividades realizadas y el sentido del trabajo desarrollado por el grupo.

Los post-it podrán ser anónimos.

Fase 2, lectura de los post-it

Leer los post-it juntas/os y compartir el trabajo realizado desde el inicio, para que los contenidos emergidos del grupo le queden claros a todo el mundo.

Fase 3, preparación de las entrevistas

Dividir a las personas participantes en subgrupos de 4 o 5 miembros y darles la siguiente consigna: “Preparad una entrevista que haréis a vuestras compañeras y compañeros en la que manejaréis los temas surgidos durante los talleres. Las entrevistas pueden ser un medio para transmitir mensajes a quienes las vean, así que elaborad las preguntas en función de los contenidos que desearíais divulgar”.

Fase 4, compartición de las preguntas

Compartir todas las preguntas con el grupo, añadir alguna nueva si fuera necesario, ayudarles a adecuar las que han ido surgiendo del grupo.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

Fase 5, retomar las entrevistas

Una vez preparadas las preguntas, cada cual buscará un lugar aislado y silencioso (para que la grabación se escuche nítidamente) donde grabar sus entrevistas: uno por uno, cada miembro del grupo será entrevistado por todos los demás, que les dirigirán sus preguntas.

Fase 6, montaje

Una vez concluido el trabajo de las entrevistas, podrá montarse el conjunto con el fin de transmitir los contenidos más importantes, los puntos de vista del grupo, y las perspectivas de las y los jóvenes con relación a los contenidos del proyecto, todo ello por boca de las y los propios participantes. El vídeo final podrá permanecer como documento susceptible de divulgación dentro del ámbito escolar, o para suscitar nuevas reflexiones en posteriores talleres.



With the financial support from the Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union

El presente volumen, a cargo de Carla Scaramella, propone en su primera parte una síntesis del informe comparativo y de los informes nacionales de análisis cualitativo y cuantitativo sobre el seguimiento del discurso del odio online y de las buenas prácticas de contra narrativa llevadas a cabo por los siguientes grupos de trabajo:

- Informe de análisis comparativo: Raúl Martínez Corcuera, Universidad de VIC – Universidad Central de Cataluña, Anaitze Agirre y Edna Giménez, SOS Racismo (Parte 1).
Olga Jubany y Malin Roiha, Universitat de Barcelona (Parte 2).
- Informe de análisis de transferibilidad de las mejores prácticas identificadas, Gabriele Guazzo y Emiliana Baldoni, Cittalia.
- Informe nacional Reino Unido, Race on the Agenda.
- Informe nacional Francia, Fabienne Messica y Françoise Dumont, Ligue des droits de l'Homme.
- Informe nacional España: Raúl Martínez Corcuera, Universidad de VIC – Universidad Central de Cataluña, Anaitze Agirre y Edna Giménez, SOS Racismo (Parte 1).
Olga Jubany, Malin Roiha y Alèxia Rué, Universitat de Barcelona (Parte 2).
- Informe nacional Italia, Gabriele Guazzo y Emiliana Baldoni, Cittalia.
- Informe nacional Alemania, Marina Dirks, AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen.

La primera parte refiere también la experimentación metodológica desarrollada como parte del proyecto, la participación de las y los estudiantes en el Festival de Cine de Derechos Humanos de Donostia, a cargo de Raúl Martínez Corcuera, Joana Sarrión e Iris V. Estrada (Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña) y el análisis de impacto y la valoración de las actividades por parte de estudiantes y educadores, a cargo de Paola Tola (Social Hub).

La segunda parte ha estado a cargo de Elena Bissaca, Francesca Maria Poli y Davide Toso.

Su trabajo se inspiró también del intercambio de ideas con las/los demás integrantes del grupo internacional encargado de las actividades con las y los estudiantes, en especial de:

- Robert Deeks de Aik Saath (Reino Unido).
- Olivier Magnin de la Ligue de l'Enseignement (Francia).
- Marina Dirks de AWO Arbeit & Qualifizierung gGmbH Solingen (Alemania),
- Loira Manzani y David Arratibel de SOS / Zazpi t'Erdi (España).



With the financial support from the Fundamental Rights
and Citizenship Programme of the European Union

Nuestro especial agradecimiento a Francesco Martella y a Valentina Roversi, que han asistido en la coordinación del proyecto REACT así como a Annarita Pitruzzella y a Ortensia Ferrara, que han concebido y llevado a cabo la campaña de comunicación.

Gracias por último a todas y todos los estudiantes que participaron en los talleres, a sus maestras y maestros, y por supuesto a las y los educadores y operadores de video que organizaron las actividades.

Diseño gráfico de:

Claudia Ranzani

Cubierta e ilustraciones de:

Paolo Contaldo

Imprimido por:

Eurolit s.r.l.

via Bitetto 39 - Roma (Italia)

www.eurolit.it

Traducción española de:

Abel Porrás Braceras