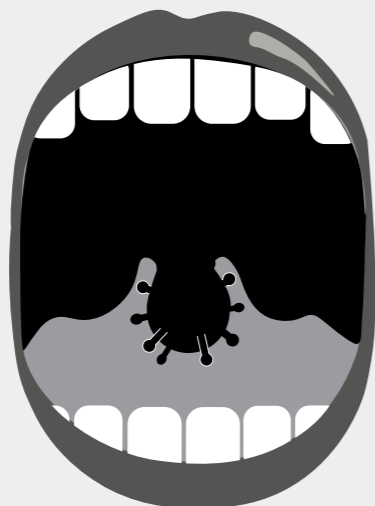
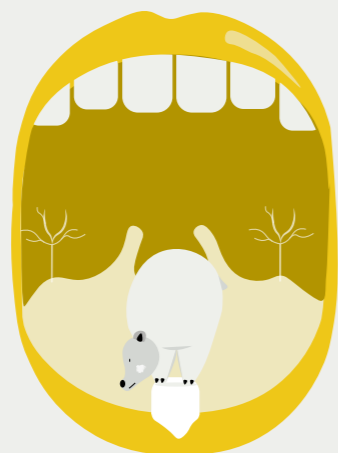


GUIA DIDÀCTICA
PENSAMENT CRÍTIC
I PREVENCIÓ DE DISCURSOS NEGACIONISTES
ENTRE LA JOVENTUT



Adreçada a:
Agents educatius



Edita: **InteRed**

**GUIA DIDÀCTICA
PENSAMENT CRÍTIC
I PREVENCIÓ DE DISCURSOS NEGACIONISTES
ENTRE LA JOVENTUT**

Coautoria: Tania Martínez Merlo y Amaia Herrero Oiárbabal.

Maquetació: Joly Navarro Rognoni

Il·lustracions: Joly Navarro Rognoni. www.jolylustra.com

Edició: InteRed
www.intered.org
Primera edició: Julio 2022

Data: Julio de 2022
ISBN: 978-84-121198-4-8

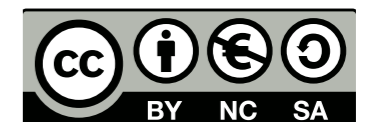
InteRed aposta per una educació transformadora, que generi la participació activa i compromesa de totes les persones a favor de la justícia, l'equitat de gènere i la sostenibilitat social i ambiental.

Aquesta publicació forma part del projecte "Per una ciutadania global, crítica i activa, que transformi l'actual model de desenvolupament causant de la crisi sistèmica i Covid-19", finançat per l'Agència Espanyola de Cooperació Internacional per al Desenvolupament (AECID). El contingut d'aquesta publicació és responsabilitat exclusiva d'InteRed i no reflecteix necessàriament l'opinió de la AECID.

Amb el finançament de:



Llicència Creative Commons:



GRÀCIES A:	6
01. INTRODUCCIÓ	8
02. CLAUS PER ARRIBAR A LA GENT JOVE	10
2.1 Fora adultisme	12
2.2 Utilitzem les xarxes socials	12
2.3 Coneixem i mencionem els seus referents	14
2.4 Parlem en el seu idioma	14
2.5 Ens posem al seu lloc	15
2.6 Creem un ambient de confiança i seguretat. Fem grup	15
Activitats	17
03. PUNT DE PARTIDA I ARRIBADA: JOVES AMB PENSAMENT CRÍTIC I CIUTADANIA GLOBAL	20
Activitats	22
04. COM ACTUAR DAVANT DELS NEGACIONISMES?	24
4.1 Prepara't, que arriben els negacionismes.	25
4.2 Què són els discursos d'odi i els negacionismes?	32
4.2.1 Discurs d'odi	32
4.2.2 La fórmula dels discursos d'odi	33
4.2.3 Principals discursos d'odi	34
4.2.4 Negacionisme. Definició	36
4.2.5 Com es propaguen aquests discursos?	38
4.2.6 La polarització de les xarxes socials i el paper dels i les influencers en l'expansió dels negacionismes	40
4.2.7 Elements facilitadors de l'odi i el negacionisme en línia	43
4.3 Fins on arriba la llibertat d'expressió?	46
Activitats	50
05. NEGACIONISME DE LA VIOLÈNCIA DE GÈNERE	62
5.1 Desmuntem els seus arguments	64

5.1.1 Creen una teoria al voltant a la ideologia de gènere	65
5.1.2 Nega que les dones es trobin en situació de discriminació respecte als homes	70
5.1.3 Nega la violència específica contra les dones	72
5.2 Està fent forat en la joventut el discurs negacionista de la violència de gènere?	75
5.3 Principals rumors falsos i negacionismes masculistes	77
Activitats	82
06. NEGACIONISMES DEL CANVI CLIMÀTIC	86
6.1 ¿Quines són les causes i conseqüències del canvi climàtic i de l'escalfament global?	88
6.2 Accions personals i globals que pots dur a terme per frenar el canvi climàtic	92
6.3 Qui es beneficia del negacionisme del canvi climàtic?	94
6.4 Exemples de negacionisme del canvi climàtic més habituals	95
Activitats	98
07. NEGACIONISME DE LA COVID-19	100
7.1 Infodèmia	100
7.2 Qui es beneficia del negacionisme de la covid-19?	102
7.3 Exemples de negacionisme de la covid-19	103
08. ANIMEM L'ACTIVISME JOVE	104
8.1 Què podem fer? Tipus d'activisme	105
8.1.1 Activisme de carrer	105
8.1.2 Ciberactivisme	106
8.2 Referents feministes i de lluita contra el canvi climàtic	109
8.3 Bones pràctiques	113
Activitats	114
09. TANCAMENT	118
10. ANNEXOS	120



AMAIA

Gràcies a InteRed per haver confiat en mi per fer aquesta guia i, en especial, a la Tania Merlo, que ha sigut una «companya de viatge» imprescindible.



Gràcies a totes les persones que dia a dia posen el seu granet de sorra per desmuntar els negacionismes i, en especial, a les feministes, per la seva feina incansable malgrat les conseqüències que comporta en la seva vida personal i professional.



Moltes gràcies a l'Amaia per tota la saviesa acumulada i compartida.

Mil gràcies a la Joly per la seva gran paciència i pel seu toc artístic, que ens convida a continuar pàgina rere pàgina.

Moltes gràcies a l'Elena Alfageme pel seu acompanyament permanent, la seva àmplia visió i les seves grans aportacions.

Gràcies a totes les persones que ens han donat suport a l'hora d'elaborar aquesta guia, i especialment a en Willy Aguado. I també a les que m'heu donat inspiració amb els vostres treballs previs: María Monjas Carro, Teresa Pineda i Isa Duque.



Gràcies a les dones activistes del meu barri i de la meva vida que m'acompanyen.

Gràcies a totes les persones que treballen en educació amb persones joves i que han compartit amb nosaltres les dificultats en què es troben cada dia quan posen sobre la taula qüestions tan importants com les violències masclistes i el canvi climàtic. I que segueixen, dia rere dia, educant per un món millor.



INTRODUCCIÓ

InteRed és una ONGD promoguda per la Institució Teresiana que aposta per una educació transformadora que generi la participació activa i compromesa de totes les persones a favor de la justícia, l'equitat de gènere i la sostenibilitat social i ambiental.

Des d'aquest posicionament, tenim clar que la gran adherència de les creences adscrites en l'imaginari social per perpetuar i legitimar les violències masclistes requereix arribar a les seves arrels i causes estructurals, i passa per frenar el tornar enrere que estan promovent els discursos d'odi i els arguments negacionistes que s'estan estenent aquests dies. Ens posicionem, a més a més, des de l'ecofeminisme, davant dels lobbys i grans poders polítics i econòmics que pretenen banalitzar la importància de la lluita i de les mesures concretes que es proposen per combatre el canvi climàtic.

Apostem per una metodologia activa i participativa que permet construir col·lectivament el coneixement, la reflexió, el compromís i la mobilització, tenint en compte l'Agenda 2030 i els seus 17 Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS). La Fundació InteRed fa 30 anys que apostem per la igualtat de gènere i la coeducació, i hem dut a terme diverses campanyes. L'última, Toca Igualtat, treballa per prevenir les violències masclistes. Vivim temps en què veiem amb preocupació

un ressorgir de plantejaments basats en l'odi a determinades persones (migrants, components del col·lectiu LGTBI-QA+, dones feministes, etc.) i la negació de realitats òbvies com la violència de gènere o el canvi climàtic.

Els discursos d'odi i negacionistes no són fenòmens nous. Durant tota la nostra història han aparegut discursos d'aquest tipus davant de contextos de crisis socials relacionades amb guerres, crisis econòmiques, pandèmies, etc. A més, han estat, i estan, lligats a l'expansió de l'autoritarisme, el militarisme, el racisme o l'extremisme religiós. Tanmateix, ara ens trobem que tenen moltíssima més difusió, en part per l'existència d'Internet i les xarxes socials, però també per la seva legitimitat pública, atesa la seva presència en àmbits parlamentaris i mediàtics.

Davant d'aquesta situació, resulta imprescindible dotar-nos de marcs nous per desmuntar i frenar l'avenç d'aquest tipus de missatges, perjudicials per a qualsevol societat que aspiri a ser igualitària i a garantir els drets humans de les persones sense discriminacions de cap mena.

L'objectiu d'aquesta guia és facilitar eines i recursos a educadors i educadores perquè puguin treballar aquests temes amb la joventut. És fonamental que prenguin consciència de les realitats i complexitats del seu entorn, perquè no reproduïxin discursos d'odi i negacionistes, i perquè s'animin a actuar davant de les discriminacions i injustícies socials. Mirem de donar suport a educadores i educadors en la promoció del pensament crític entre la joventut, i proposem que convidin l'anomenada generació Z a passar a l'acció des de l'activisme.

Alhora, hem pretès aportar eines, útils per a tothom, que ens permetin confrontar en la nostra quotidianitat els discursos d'odi i els arguments negacionistes, els quals moltes vegades generen conflicte al nostre entorn, i moltes altres bloquegen les nostres accions pedagògiques.

Aquesta guia complementa la feina que durant anys InteRed ha anat desenvolupant en el marc de la prevenció de les violències masclistes, de l'ecofeminisme, de la pedagogia de les cures i de l'educació transformadora, amb propostes edu-

catives tan potents com «Jóvenes actuando con cuidados. Guía para la movilización de jóvenes», «Guía para la movilización social», «Sal a la vida. Transforma el mundo», l'exposició, la guia didàctica i materials de la campanya Toca Igualtat, i una infinitat de recursos que promouen l'educació per al desenvolupament i una ciutadania global.



02

CLAUS PER ARRIBAR A LA GENT JOVE

Aquesta guia s'ha pensat per a persones que treballen amb joves en diferents àmbits, i especialment en el de l'educació no formal. Com que la proposta pretén abordar amb la joventut temes que resulten molt sensibles, a vegades polèmics, i que s'endinsen en entorns íntims, visceral i de la identitat de les persones, és especialment important tenir en compte determinades estratègies per acostar-se a la generació Z i aconseguir tenir-hi un impacte real.

Es busca espai de proximitat i un ambient de prou confiança perquè ens permeti parlar sobre masclismes, racismes, violències i posicionaments davant de temes clau de la nostra actualitat. La idea és fer-ho des de l'empatia, i utilitzar diverses estratègies per afavorir la motivació de les persones joves de manera que participin i s'impliquin en les nostres sessions, i siguin conscients que totes les persones som necessàries per aconseguir una societat més justa i igualitària.



2.1. Fora adultisme



Què és l'adultisme? Suposa considerar que l'experiència adulta és sempre i automàticament més valuosa que la de les persones joves.

El primer que hem de fer a l'hora de dirigir-nos a les persones joves és deixar de banda les posicions de falsa superioritat que puguem considerar que ens proporciona el fet de ser més grans. Cal donar valor als diversos punts de vista que pot aportar la joventut.

Cal que donem importància a les seves opinions, que tinguem en compte les seves fonts i les seves experiències.

ENS SITUEM COM A IGUALS.

2.2. Utilitzem les xarxes socials

Hem de mirar d'entendre des d'on es posicionen les persones joves, quina és actualment la seva experiència de vida i quins factors hi intervenen. Per fer-ho, hem de conèixer les formes i els espais de socialització que tenen, tant a la vida real com a la virtual (xarxes socials).

L'existència d'una bretxa generacional no és un fenomen nou, si bé és cert que avui dia pot ser que la visquem amb més intensitat a causa de la revolució tecnològica que ha suposat l'expansió de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC). El que per a la joventut és un espai natural i atractiu, per a les persones més grans pot resultar un àmbit artificial, poc fiable, que els és aliè i on no es mouen amb facilitat. Tot això sol provocar cert rebuig i generar prejudicis sobre les xarxes socials que allunyen el nostre discurs d'aquest entorn.

Tanmateix, tenint en compte que les persones joves d'entre 16 i 29 anys passen una mitjana d'entre 2 i 3 hores al dia connectades a les xarxes socials, i un temps similar connectades a la missatgeria instantània i a altres serveis d'Internet, el més fàcil, per aconseguir atraure la seva atenció i perquè les nostres propostes i discursos siguin acollits amb interès, és parlar-hi des de les mateixes xarxes socials i des dels entorns digitals.

A més, proposem que aquesta sobrecàrrega de pantalles es compensi amb un ús informat i crític d'Internet, i amb activitats participatives, de diàleg i reflexió, que no utilitzin les xarxes, així com amb dinàmiques en què es fomenti l'expressió corporal i es treballi a través del cos i les emocions.

RECORDA

És recomanable utilitzar les mateixes xarxes socials, els formats dels entorns digitals i tota mena de recursos TIC per crear materials i propostes didàctiques i per proposar activitats i exemples.



2.3. Coneixem i mencionem els seus referents

No sé si coneixeu la Psico Woman. En una de les seves conferències, va parlar sobre com ella, per treballar sobre els mites de l'amor romàntic, utilitzava l'anàlisi dels personatges del programa La isla de las tentaciones. Només obrir la sessió deia que parlarien del programa, i així aconseguia captar l'atenció de tot el grup. A més, el programa brindava material de sobres per desmuntar tots els mites que ella volia treballar. Aquest és un exemple de com parlar amb la gent jove des dels seus propis referents ens acostava més al seu món i als seus interessos, i fa que el nostre missatge els arribi més fàcilment.

Evidentment, no totes les persones joves són iguals, ni tenen els mateixos referents, cada context té els seus i és a les mans de cada educador/a detectar quins personatges, més o menys públics, influeixen en aquell moment als seus grups i aprofitar-los de forma educativa, respectant i atenent les diferències individuals que hi hagi també dins de cada grup.

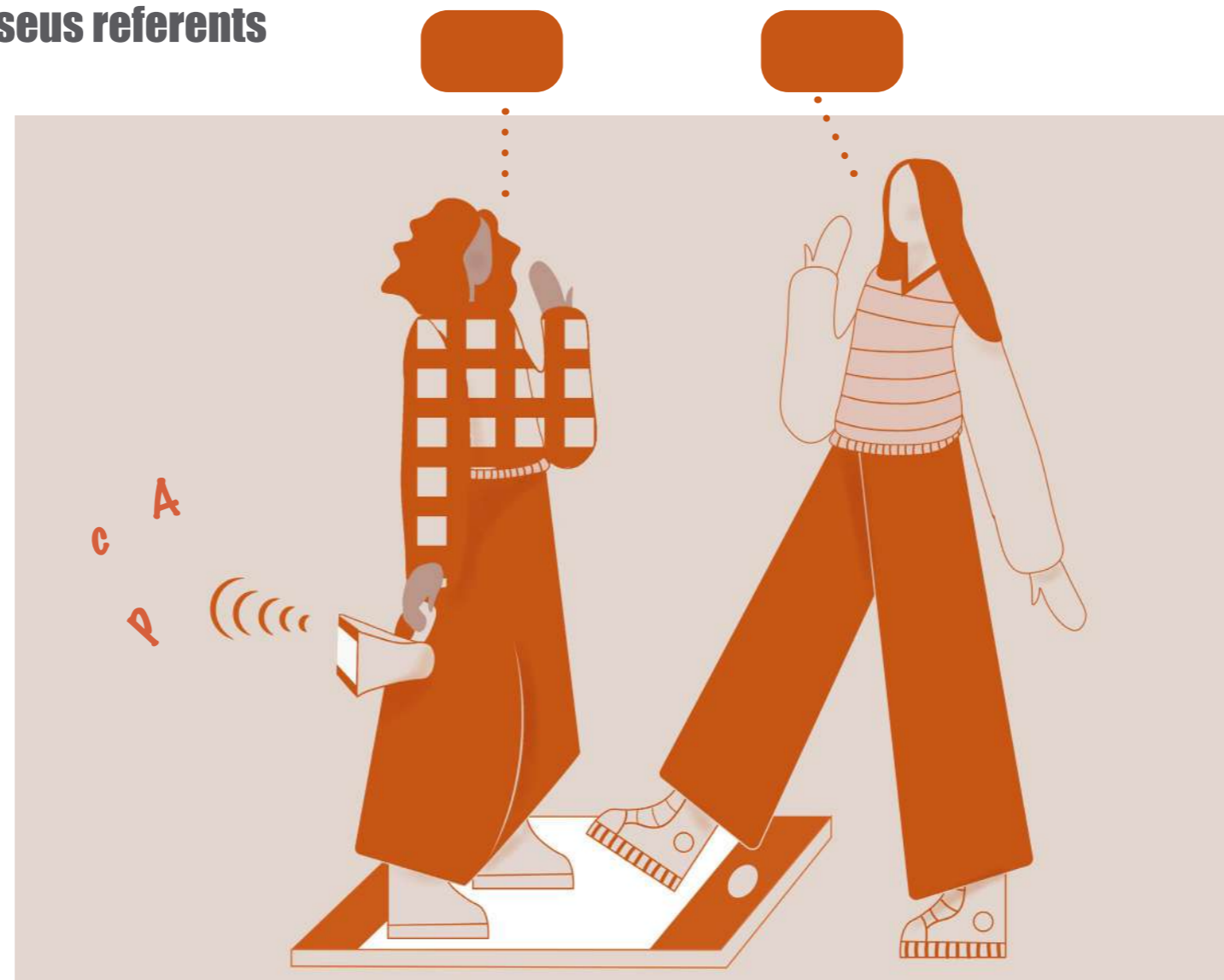
Trobem referents en el món de la moda, de l'esport, de la música, de la televisió, del cinema, i també en les mateixes xarxes socials, com els influencers (en català, influenciadors/ores) o els youtubers (en català, youtubers/eres), i fins i tot en els videojocs.

ACTIVITAT 1 Vegeu a la pàgina 17.

¿QUI SÓN ELS TOP TOP?

2.4. Parlem en el seu idioma

Utilitzar el seu vocabulari i la seva manera de parlar, en lloc d'utilitzar termes massa teòrics o sofisticats, ens ajudarà a acostar-nos a les persones joves amb què treballarem, de manera que el nostre missatge arribarà més bé i podrà calar.



Aprofita les figures i referents que puguin ser comuns en el teu grup de joves i crea al voltant seu activitats, debats o projectes d'investigació sobre les temàtiques que vols abordar.

«El que es diu aquí, es queda aquí.»

2.5. Ens posem al seu lloc

Hem de ser capaços de posar-nos al seu lloc. Quan nosaltres érem joves vam viure les mateixes situacions amb les nostres famílies. Segurament la manera de vestir, la música que escoltàvem, els llocs on anàvem amb la colla d'amics i amigues, la forma com parlàvem, etc., tampoc agradaven a les persones adultes amb les quals vivíem. A la nostra època adolescent també sentíem comentaris de la mena «la gent jove ha perdut el respecte», «no tenen valors», «jo a la seva edat ja estava treballant», «era molt més responsable», etc.

Com s'ha comentat abans, l'empatia és una eina de gran eficàcia; quan conversem amb la gent jove sobre les seves experiències ens ajudarà molt parlar de les nostres quan teníem la seva edat, però buscant similituds, no diferències. És interessant posar exemples de les nostres vides.

**Si tu expliques coses teves, tindran més facilitat per sincerar-se i aprofundir en determinats temes.
GENERA EMPATIA**

2.6. Creem un ambient de confiança i seguretat. Fem grup

El repte és aconseguir crear un espai en el qual les persones joves s'hi sentin segures i puguin tenir la confiança necessària per expressar els seus pensaments, dubtes, necessitats... sense ser jutjades.

És molt important fomentar i treballar la cohesió i la confiança del grup, de manera que cada persona compti amb la seguretat que el que es comenti en el grup es quedarà allà, i no s'utilitzarà en cap altre espai que no sigui aquest. Hi ha moltes dinàmiques que afavoreixen aquesta cohesió grupal, i l'interessant és fer-les al començament, per crear vincles, i continuar aplicant-les de forma intercalada amb el programa que presentem aquí. L'objectiu de «fer grup» és més fàcil d'assolir amb activitats corporals i emocionals, que recomanem combinar amb altres propostes més cerebrals i de reflexió que es proposen a la guia.



ACTIVITAT 2
 Vegeu a la pàgina 18.

COM ENS VEIEM, COM ENS VEUEN
ACTIVITAT 3
 Vegeu a la pàgina 19.

ESTÀTUA EMOCIONAL
ALTRES RECURSOS PER LLEGIR, VEURE I APROFUNDIR:

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

VOCABULARI BÀSIC:

MOOD (estat d'ànim, en anglès) = per expressar l'estat d'ànim en què ens trobem. Per exemple: Estic en un mood trist/feliç...L'Ona no està en el seu millor mood.

STALKER (assetjador/a, en anglès) = xafarder, xafardejar. Per exemple, quan una persona entra al perfil d'Instagram d'algu i mira totes les seves fotos, l'espia.

CRUSH (amor a primera vista, enamorament, en anglès) = enamorament o amor platònic, encara que no sempre es refereix a un amor impossible. Per exemple: Tinc un crush amb...

SHIPPEO (ve de la paraula anglesa relationship) = es refereix a la cerca de possibles parelles amoroses dins d'una sèrie, pel·lícula, còmic o concurs. Per exemple: Aitana és el shippeig d'Aitana i Cepeda, tots dos concursants d'Operación Triunfo i amb parella a fora.

CRINGE (sentir vergonya aliena, en anglès) = fer pena, angúnia, passar vergonya aliena. Per exemple: Fer cringe.

GOALS (metes, objectius, en anglès) = parelles suposadament perfectes. Mostren la seva felicitat a les xarxes socials i es converteixen en exemple i inspiració per a la resta perquè, aparentment, la seva relació és idíl·lica. Per exemple: Parelles goals.

Pots veure [tiktok](#) sobre aquest tema

1. ¿QUI SÓN ELS TOP TOP?

- **Objectiu:**

Analitzar referents virtuals del grup i analitzar possibles discursos d'odi o negacionistes presents a les seves xarxes.

- **Recursos necessaris:**

Ordinador, projector, pantalla i connexió a Internet.

- **Desenvolupament:**

Ens organitzem en grups i els demanem que facin una llista de les xarxes socials que fan servir habitualment i de les persones de cada xarxa que segueixen més.

Fem una posada en comú perquè cada grup aporti les seves llistes. Les apuntem a la pissarra i els demanem que expliquin per què els agraden aquestes xarxes i també les persones a les quals segueixen.

A sota de cada xarxa social i de les persones que han anomenat anem apuntant les paraules clau que van dient.

A continuació, entrem en els perfils d'aquests o aquestes influencers i anem veient què comparteixen. Ara és el moment en què l'educador/a ha d'anar detectant continguts que promouen l'odi, la discriminació de determinades persones, el sexisme, l'antifeminisme o discursos negacionistes, i plantejar-ho al grup.



2 - 3 HORES

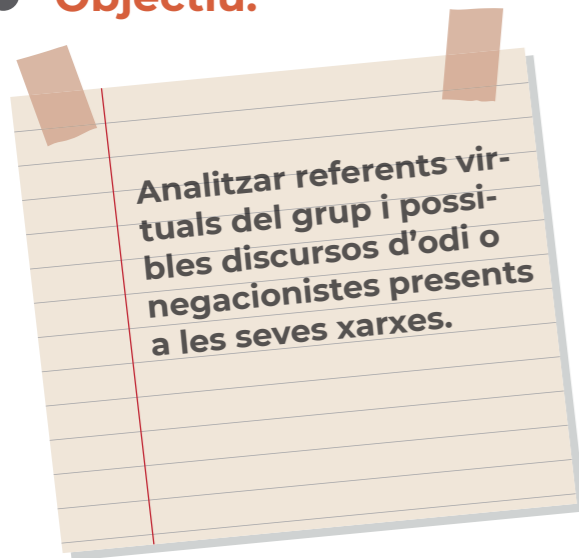
Es pot dur a terme l'activitat en dos dies, de manera que l'educador/a tingui temps d'analitzar els continguts i portar exemples preparats el segon dia.

- **Font:**

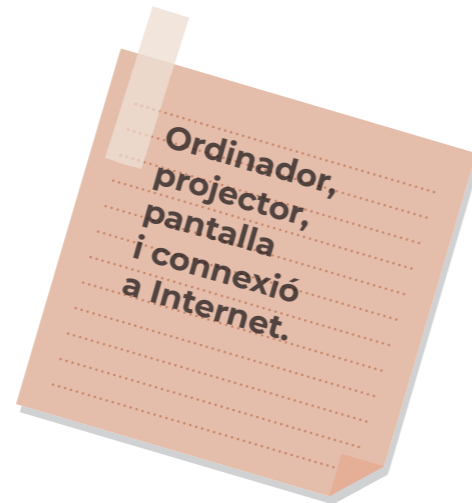
Elaboració pròpia..

2. COM ENS VEIEM, COM ENS VEUEN

- **Objectiu:**



- **Recursos necessaris:**



- **Desenvolupament:**

Repartim a cada persona tres notes adhesives perquè cadascuna escrigui, amb lletra grossa i clara, entre tres i sis qualitats i/o habilitats que pensis que existeixen entre les persones del grup. Alhora, es demana que apuntin en una nota privada les seves pròpies qualitats.

Amb música, diem al grup que caminin per l'espai durant 5-8 minuts i vagin enganxant les notes a l'esquena de les persones a qui assignin les qualitats. Si encara queda temps, es poden continuar escrivint notes per repartir entre tot el grup. És important donar la consigna «Que ningú no es quedi sense nota, tothom té qualitats».

Quan pari la música, cadascú recollirà les notes que li han assignat i podrà llegir i comprovar els atributs que li han atorgat les seves companyes i companys. Posarem la música 3-5 minuts més amb l'objectiu que cada persona expressi amb el cos com se sent ara.

Per últim, comentarem com ens hem sentit amb el joc, si hem trobat moltes diferències o no entre el que ens diuen les altres persones i el que cadascú pensa de si mateix, etc. Els instarem a guardar les notes com un tresor que cal cuidar.



20 / 30 MINUTS

Fonts: Elaboració pròpia.

3. ESTÀTUA EMOCIONAL



- **Objectiu:**

Fomentar la cohesió grupal i la confiança. Aquesta dinàmica, i altres variants que puguin sorgir, és molt interessant tant per a obrir sessió, com per a canviar el ritme entre una proposta i l'altra.

- **Recursos necessaris:** Espai ampli.

- **Desenvolupament:**

Es tracta de fer un escalfament per l'espai. Mirant els ulls de les persones amb les quals ens creuem, farem picades de mans associades a consignes: en picar de mans ocuparem tot l'espai; en picar de mans adoptarem una postura que denoti alegria; en picar de mans adoptarem una postura que denoti tristesa; en picar de mans adoptarem una postura que denoti poder; en picar de mans adoptarem una postura que denoti submissió, etc.



10 / 15 MINUTS

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



03

PUNT DE PARTIDA I ARRIBADA:

Joves amb pensament crític i Ciutadania Global.

A través d'una educació transformadora, InteRed apostem per construir una ciutadania global, crítica, responsable i compromesa, en l'àmbit personal i en el col·lectiu, amb la transformació de la realitat local i global per construir un món més just, més equitatiu i més respectuós amb la diversitat i amb el medi ambient, en el qual totes les persones puguem desenvolupar-nos lliurement i satisfactòriament.

Ens trobem davant d'un nou desafiament de l'educació: ja no n'hi ha prou amb mirar el context sociocultural des d'una educació transformadora, cal incorporar, als processos educatius, una visió del món global i preparar l'alumnat per actuar amb la responsabilitat i el compromís que implica la ciutadania global en la seva vida quotidiana.

Proposem l'activitat següent per començar a treballar amb els grups des d'una mirada de ciutadania global. I si volem continuar aprofundint en aquest sentit, InteRed disposa de molts materials per fer-ho al seu [web](#).



4. QUÈ TENEN EN COMÚ UNA TARONJA, UNA PILOTA DE FUTBOL I EL PLANETA TERRA?

● Objectius:

Afavorir el pensament crític a partir de la identificació de les connexions entre la nostra manera de viure i l'efecte que té en la natura i la vida d'altres persones en termes globals.

● Recursos necessaris:

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

Projector, pantalla o pissarra digital.

● Desenvolupament:

Pas 1. Projectem el vídeo. Mentre el visionen repartim tres targetes, fem la rutina de «penso» / «sento» / «em pregunto» i demanem a l'alumnat que escrigui les seves opinions, preguntes i sentiments sobre aquest vídeo.

Pas 2. Debat sobre el que s'hagi recollit a les targetes.

Animem el debat amb algunes preguntes genèriques del tipus: Com són les relacions entre persones i natura en el sistema món en el qual vivim? Quin paper juguem cadascú de nosaltres en aquest sistema? De qui és la culpa del que està succeint? És teva? Quines solucions es proposen? Coneixes l'Agenda 2030 de Desenvolupament Sostenible? Com pots contribuir a assolir cada ODS?

Pots trobar més activitats sobre aquesta temàtica a la guia didàctica Sal a la vida. Transforma el mundo, d'InteRed.



1,5 HORES

Pots trobar més activitats sobre aquesta temàtica a la guia didàctica [“Sal a la vida. Transforma el mundo”, de InteRed.](#)



ALTRES RECURSOS PER LLEGIR, VEURE I APROFUNDIR

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

Vídeo: [Cooperación o muerte](#)

Vídeo: [La historia de las cosas](#)



04

COM ACTUAR DAVANT DELS NEGACIONISMES?

4.1.

PREPARA'T, QUE ARRIBEN ELS NEGACIONISMES.

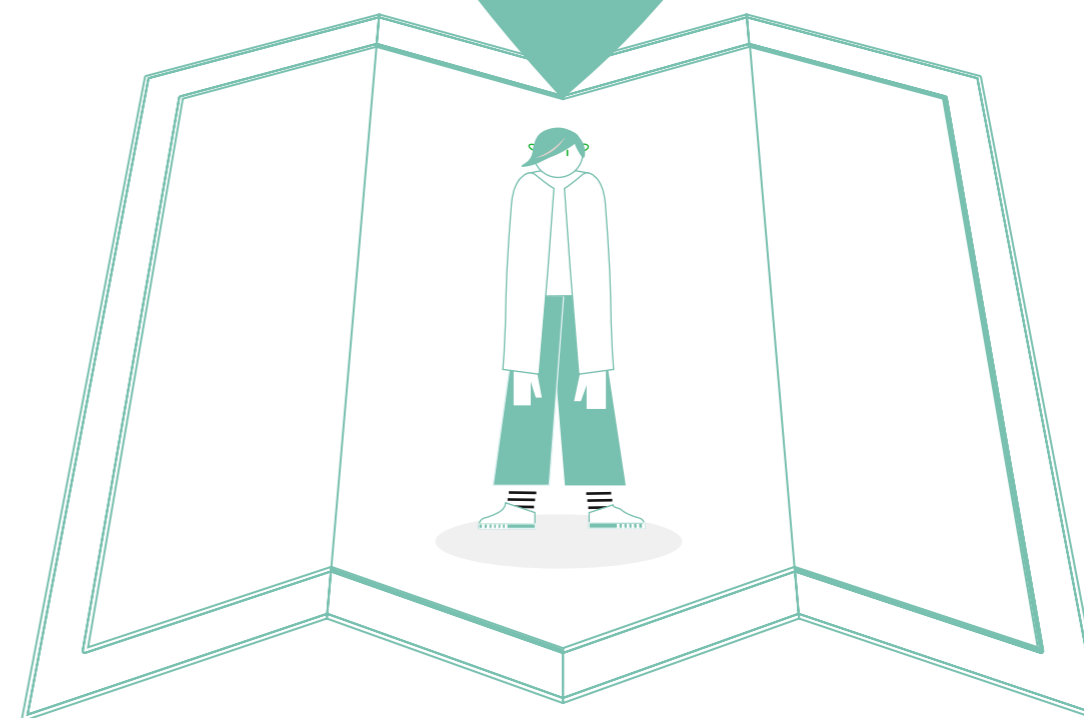
Pautes i estratègies per a un diàleg eficaç davant dels discursos negacionistes. ¹

¹. Al llarg d'aquesta publicació parlarem de discursos o d'arguments negacionistes, així com de persones que reprodueixen o difonen aquest discursos. Malgrat que s'utilitza amb molta freqüència, hem tractat de fugir dels termes «els/les negacionistes» o «persones negacionistes», atès que considerem que això pot suposar penjar etiquetes que afavoririen el mateix enfrontament que promouen aquests discursos, i contribuir a aquest posicionament erroni d'un «nosaltres davant dels o les altres».

CLAU 1: ÉS EL MOMENT I EL LLOC?

EN AQUEST MOMENT:

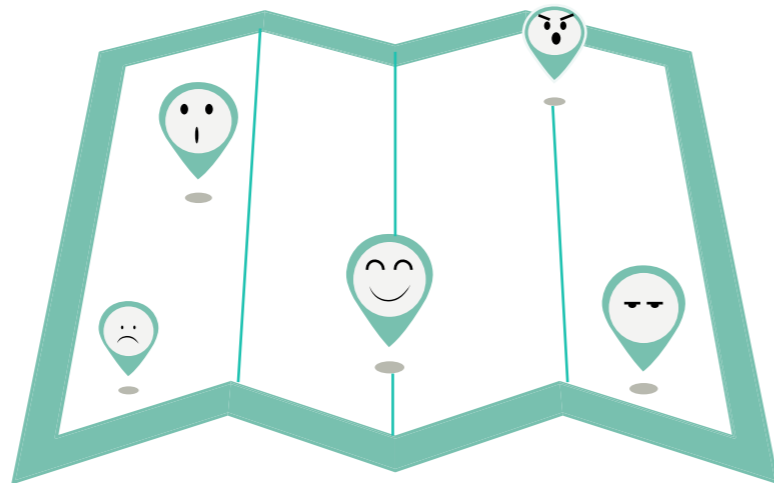
- Puc dialogar amb tranquil·litat?
- Tinc els recursos necessaris? És el lloc adequat?
- Parlo amb tot el grup? Hi parlo a part?
- En quin moment es troba l'altra persona? (alterada, enfadada, cansada, receptiva...)



Si no es donen les condicions, ho diem, li expliquem per què i proposem deixar la conversa per un altre moment, concretant sempre quan.

CLAU 2. AMB RESPECTE

- Valora l'altra persona
- Intenta entendre i reconèixer la realitat de l'altra persona
- Identifica el seu estat emocional (por, enuig...)
- Escolta els seus arguments, i més enllà.
- Utilitza un to de veu relaxat, sense ironies i mostrant un interès sincer
- Evita acusacions
- Evita atacs personals



CLAU 3. DES DE L'ESCOLTA

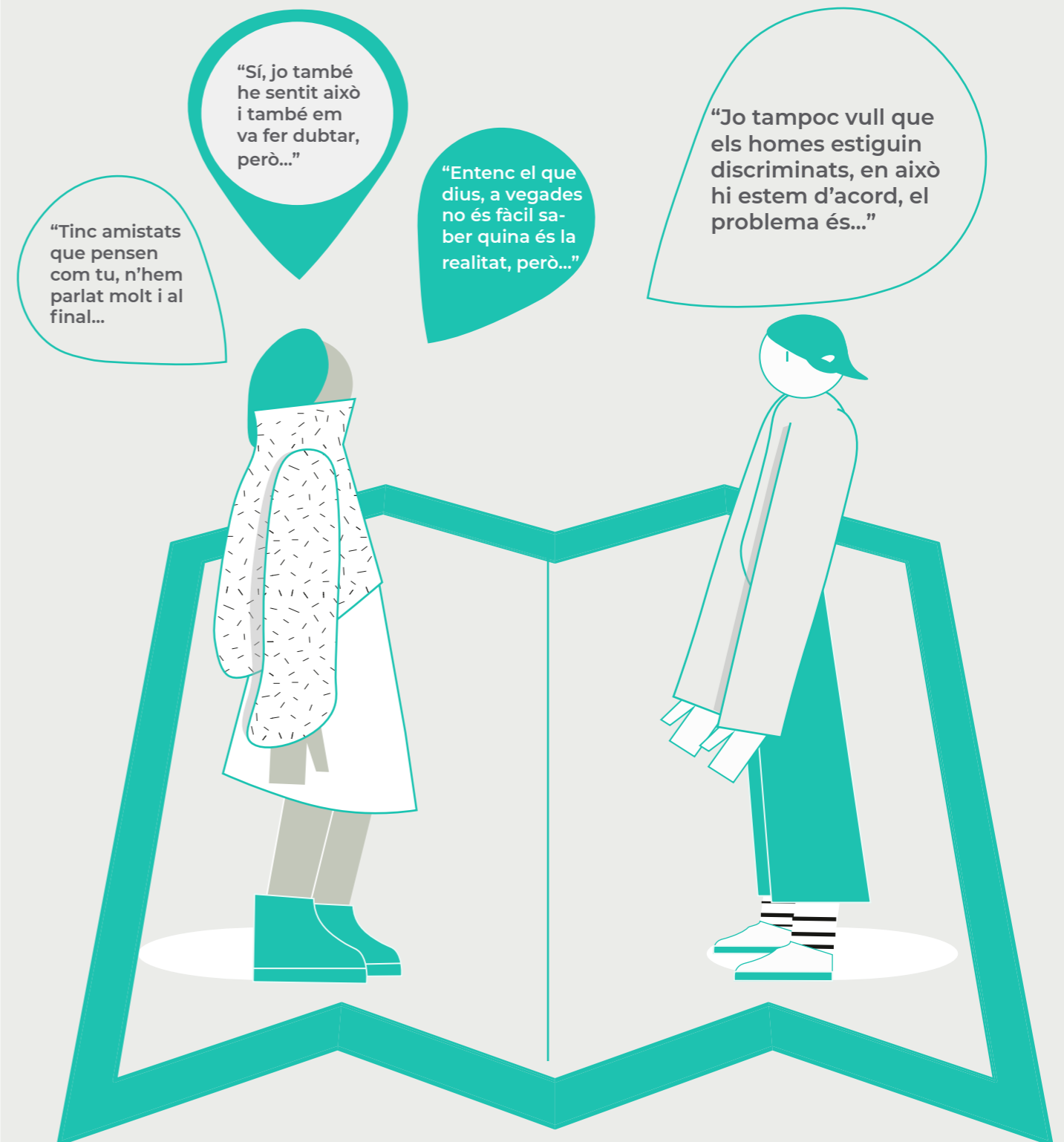
Escolta els seus arguments: encara que no ens agradi el que sentim, l'altra persona té dret a expressar la seva opinió.

LLEGIM ENTRE LÍNIES:

De què té por? Què li deu haver succeït per pensar el que pensa? On ha sentit aquests arguments? Pot ser que aquesta persona o algú del seu entorn hagi viscut una situació problemàtica relacionada amb la realitat que nega. Per exemple, un divorci complicat que l'hagi dut a pensar que la justícia sempre dona la raó a les dones, que discrimina els homes i que ells sempre en surten perjudicats.

CLAU 4. PUNT D'ACORD I EMPATIA

Alinea't amb les seves creences prèvies mirant de trobar un element d'acord (no té per què ser real):



DES D'AQUEST ACORD, TRACTA DE MODERAR ELS SEUS ARGUMENTS

CLAU 5. "LA IL·LUSIÓ DE L'ENTESA"

En realitat, la gent sap molt menys del que pensem o del que sembla sobre les causes en què es basen els seus judicis més polaritzats. Permetem que caiguin en les seves pròpies contradiccions per deixar en evidència el seu discurs, això ens durà a posicions més moderades.

- Pregunta sobre el procés lògic del seu discurs: serà fàcil que caigui en contradiccions
- Pregunta sobre cada plantejament exposat
- Evita tons irònics.
- Contraargumenta amb seguretat i confiança en les nostres posicions.

Com a persones adultes, educadores, a més, som expertes en el nostre àmbit de treball. Disposem de més coneixements i experiència que l'alumnat sobre els temes que treballem, això és una cosa que sempre hem de tenir present, però no la podem utilitzar com un atac, ni situar-nos en una posició de poder, perquè actuarà en contra nostra a l'hora de contraargumentar i d'establir una relació de confiança.

CLAU 6. VISIBILITZA L'ENGANY

- Falsos experts/tes
- Selecció interessada de les dades
- Falta de fonts
- Fes preguntes
- Anima l'altra persona a buscar informació
- Posa en dubte les generalitzacions
- Consensuem quines fonts són legítimes (organismes oficials d'àmbit estatal, mundial...)

Per què consideres més fiable aquesta font, informe, persona experta? No podria ser que aquesta persona o organització també tingués els seus propis interessos per fer aquestes afirmacions?



CLAU 7: NO TOT S'HI VAL

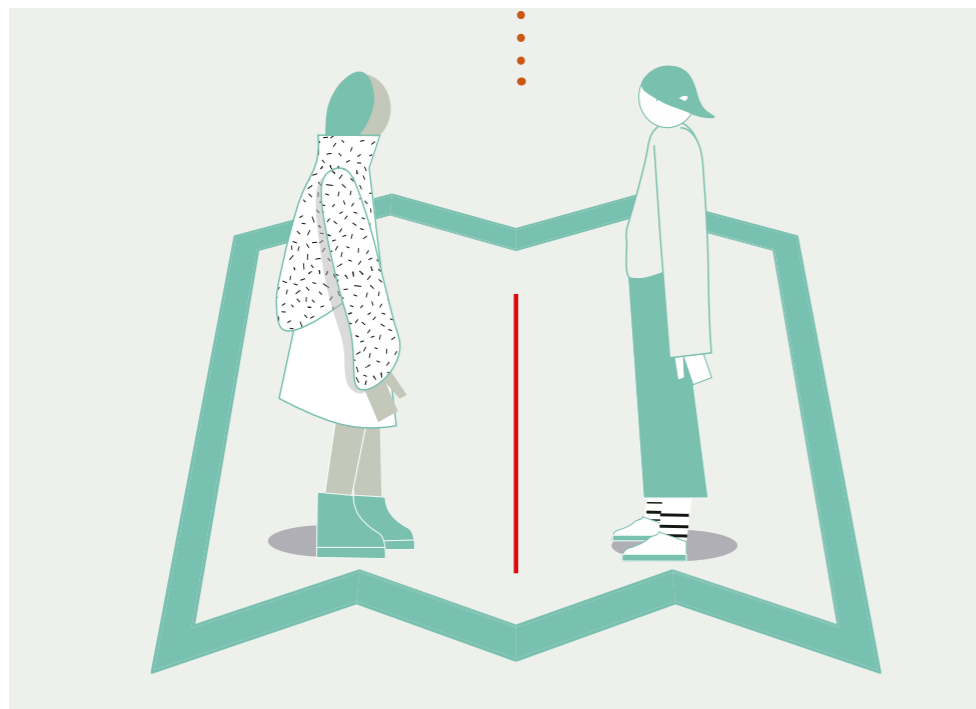
No tolerarem arguments que ataquin els drets humans, que estiguin basats en l'odi, la violència, etc. Si el debat va per aquest camí, si la persona no respecta altres persones, si insulta, si crida, li ho deixem clar i tanquem el diàleg fins que recogiti.

“LA NOSTRA OPINIÓ TAMBÉ ME-REIX RESPECTE”

“Lo que tú dices y cómo lo dices me afecta”

“Potser no n'ets conscient, però aquests comentaris a mi també em dolien i m'enutgen. Et demanaria que no els fessis davant meu”

“ELS DRETS HUMANS NO ES DISCUTEIXEN”



NO DEIXIS QUE UNA SOLA PERSONA MONOPOLTIZI LES INTERVENCIOMS
BUSCA EN ELS ALTRES SUPORT ALS NOSTRES ARGUMENTS

CLAU 8: MANTENIM LA CALMA

Si no ens podem controlar, acabem la conversa i busquem un altre moment per continuar: «Deixem-ho aquí, pensem-hi una mica i el proper dia ho comentem. Et sembla bé?»

Utilitza tècniques per reduir la tensió:

- Busca la complicitat des d'un altre tema.
- Utilitza l'humor.
- Busca punts de trobada.
- «És evident que, de moment, no ens posem d'acord. Potser és que som molt tossuts i necessitem pensar-hi amb més calma.»
- «Jo em pensava que era la persona més tossuda del món, però potser no, eh?»
- «Escolta, tu series bo/bona per la política, perquè m'estàs embolicant de valent!»

CLAU 9: ENTRENAMENT

Com més treballats tinguem el discurs i les estratègies, més fàcil ens resultarà rebatre el de l'altra persona i tractar de convèncer-la utilitzant les eines que hem vist amb anterioritat (calma, escolta, respecte, punt d'acord...).

Sentirem els mateixos mecanismes negacionistes una vegada i una altra, i això té l'avantatge que podem preparar els nostres arguments amb antelació.

A poc a poc anem identificant què és eficaç i què no, segons el col·lectiu o persones amb les quals haguem de treballar.



4.2.

QUÈ SÓN ELS DISCURSOS D'ODI I ELS NEGACIONISMES?

4.2.1. Discurs d'odi

Segons la Comissió Europea contra el Racisme i la Intolerància, els discursos d'odi es defineixen així: «Foment, promoció o instigació de l'odi, la humiliació o el menyspreu d'una persona o grup de persones, així com l'assetjament, descrèdit, difusió d'estereotips negatius, estigmatització o amenaça respecte a aquesta persona o grup de persones i la justificació d'aquestes manifestacions per raons de raça, color, ascendència, origen nacional o ètnic, edat, discapacitat, llengua, religió o creences, sexe, gènere, identitat de gènere, orientació sexual i altres característiques o condicions personals». Els discursos d'odi es basen en prejudicis socialment acceptats que actuen davant de la idea que l'altre/a no compleix les normes establertes en la seva concepció del món. Per això es rebutja la diversitat, la diferència o la dissidència.

- Construeixen una imatge simplificada, exagerada i distorsionada de les persones objecte de l'odi.
- Molt sovint es dirigeixen cap a persones i col·lectius que no formen part del poder o de l'estatus quo.
- A través de la figura de l'enemic/iga es busca un consens social en negatiu. Els discursos d'odi busquen l'adhesió social evitant el raonament. L'odi compartit proporciona la il·lusió d'unanimitat.

ACTIVITAT 5
Vegeu pàgina 50:

La diana dels prejudicis

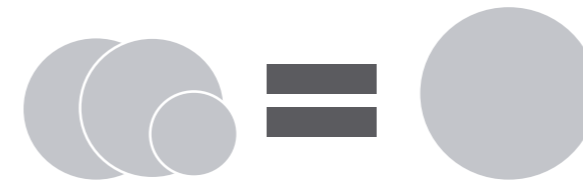


4.2.2. LA FÓRMULA DELS DISCURSOS D'ODI



CREACIÓ DE L'ENEMIC/IGA:

Construcció ideal o ideològica que considera que cal defensar-se d'un col·lectiu. Aquesta figura representarà el que és diferent, l'amenaça: «elles o ells no són com nosaltres».



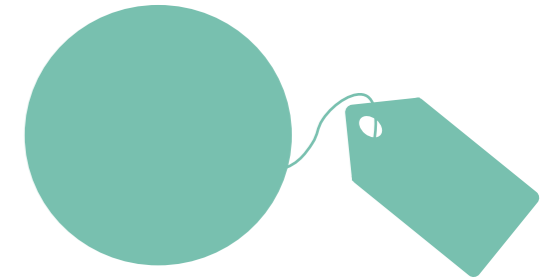
LA GENERALITZACIÓ:

«Totes les persones de Llatinoamèrica són masclistes», «les i els musulmans són extremistes religiosos», etc.



LA DESHUMANITZACIÓ:

Si no se les considera persones, iguals, és molt més fàcil justificar la discriminació i la violència contra elles. Per fer-ho, és freqüent que utilitzin noms d'animals de forma despectiva, tals com rates, gossos, sangoneres, etc.



CREACIÓ D'ESTEREOTIPS I PREJUDICIS:

«Les persones gitanes no volen treballar», «les persones homosexuals són promiscues», «les feministes odien els homes», «les persones migrants venen a robar», etc.



LA POR:

Por que les persones immigrants prenguin la feina a les autòctones, que ens imposin la seva religió, que les persones homosexuals destrueixin el model de família tradicional, etc.



4.2.3. PRINCIPALS DISCURSOS D'ODI

- **ANTIGITANISME:** Forma de racisme dirigit a les persones gitanes.

- **APOROFÒBIA:** Rebuig a les persones sense recursos o sense llar.

- **ISLAMOFÒBIA:** Prejudici contra l'islam o les persones musulmanes que comporta odi o por.

- **LGTBIQfòbia:** Rebuig a les lesbianes, els gais, les persones transsexuals, bisexuals, intersexuals, queers i altres orientacions i identitats.

- **XENOFÒBIA:** Prejudici contra les persones d'altres països o cultures que comporta odi o por.

- **RACISME:** Tipus de discriminació que es produeix quan una persona o grup de persones sent odi vers altres o se sent superior pel fet de tenir característiques o qualitats diferents, com el color de la pell, l'idioma, el lloc de naixement, la religió, etc. A diferència de la xenofòbia, el racisme no es basa forçosament en la procedència de les persones. Per exemple, quan es discrimina una persona no blanca que ha nascut al mateix país que nosaltres.

- **SEXISME:** Discriminació de les persones per raó de sexe. Com a conseqüència de la desigual relació de poder entre homes i dones a la societat, la forma més comuna de sexisme és la misogínia, el rebuig, l'odi o discriminació vers les dones. El sexisme representa una visió del món en el qual les dones són desvalorades a favor dels homes.

- **MASCLISME:** Representa la posada en pràctica del pensament sexista. Es tracta d'actituds, accions i discursos en els quals els homes són els que detenen el poder i les dones són les subordinades.

- **GRASSOFÒBIA:** El concepte de grassofòbia serveix per designar un biaix automàtic i normalment inconscient que porta a discriminar i menysvalorar les persones amb sobrepès, especialment si aquestes persones són dones.

EXEMPLES DE DISCURSOS D'ODI:

Participante 1

P1 Yo los tiraba al mar Comida para peces

Participante 2

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

Participante 1

P1 Yo habría la llave del gas y los despiojaba

Participante 2

P2 Es mejor la lapidación... gran invento

Fuente: [Cadena Ser](#)

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

Wall Street Wolverine @wallstwolverine

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

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

62 Retuits · 422 Agradaments

ACTIVITAT 6
Vegeu pàgina 52.

MAPA D'EMPATIA



4.2.4. NEGACIONISME. DEFINICIÓ:

Trobem com a definició més estesa del negacionisme aquella que va proposar l'autor Paul O'Shea, el qual indica que es tracta del rebuig a acceptar una realitat empíricament verificable. Els negacionismes o discursos negacionistes es basen en interpretacions personals o grupals totalment subjectives, tot i que moltes vegades es disfressen de científiques i objectives.

Amb molta freqüència aquests discursos es converteixen en grupals, atesa la facilitat de transmissió i adherència en situacions de crisi. Això succeeix, per exemple, quan tot un segment de la societat, sovint lluitant amb el trauma d'un canvi, gira l'esquena a la realitat en favor d'una mentida més confortable. Aquest canvi pot ser la pèrdua de privilegis d'una part de la població, com ara el cas dels homes davant els avenços relacionats amb la igualtat de gènere, que inspira el negacionisme de les violències masclistes. O bé les resistències que determinats grans poders econòmics manifesten davant del canvi de la societat pel que fa a consciència ambiental, com és el cas del negacionisme del canvi climàtic.

Alhora, cal dir que certs discursos negacionistes legitimen la violència i provenen dels discursos d'odi. Tots dos tipus de discursos estan al límit de la llibertat d'expressió, com analitzarem més endavant.

Per guanyar persones «adeptes» i propagar-se, els negacionismes juguen a la línia que separa la ciència de la pseudociència, i la història de la novel·la o la ciència ficció. Aquests discursos, arriben a qüestionar teories científiques i realitats històriques avalades per llargs processos d'investigació, tals com les evidències davant del canvi climàtic. Per aconseguir-ho, el negacionisme es mou en el terreny de l'opinió, el rumor, la sospita, la ficció, però adquireix moltes disfresses i aparenta tenir fonts i referents de prestigi.

Aquests discursos negacionistes no sorgeixen del no-res, sinó que són creats intencionadament per grans mitjans de comunicació, lobbys i altres grups amb interessos econòmics i polítics d'àmbit nacional i transnacional, els quals tenen una gran capacitat per generar opinió i creences. El més important és que fem arribar a la joventut que molta de la informació i dels discursos a què accedim estan manipulats, des d'una o altra tendència, i que, per això, és més necessari que mai tenir sempre activats els recursos que ens permeten ser crítiques i crítics, i formar la nostra pròpia opinió.



COM FUNCIONEN ELS NEGACIONISMES?

ESTRATÈGIES I ELEMENTS QUE PREDOMINEN EN ELS DISCURSOS NEGACIONISTES.

Pensament paranoic: És un pensament que construeix teories sobre conspiracions o de tipus paranoide, creu en poders fàctics que mouen el món, i fa ignorants la majoria de les persones que pensen de manera diferent. El seu pensament planteja realitats fictícies que romanen ocultes per a la gran majoria: «Ens estan enganyant!».

Sublimació: Les persones que creen els discursos negacionistes, construeixen una realitat que els dona sentit i les eleva davant de la resta de gent. Creuen saber-ne més que les i els professionals de diferents matèries i ser més intel·ligents que la majoria de les persones, que consideren presoneres d'una «gran mentida» que les té atemorides: «Si sabessin la veritat!», «algun dia se sabrà».

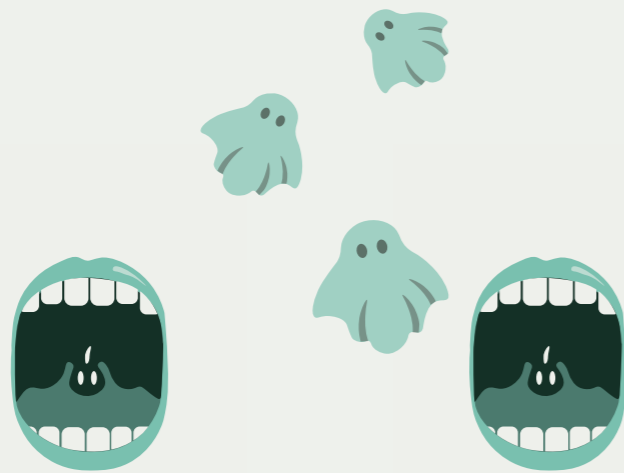
Un pla ideològic articulat: En el cas de la negació de les violències masclistes i del canvi climàtic, els discursos negacionistes són una clara estratègia per mantenir determinats privilegis i poders econòmics i polítics.

ESTRATÈGIES NEGACIONISTES:

- Creences convertides en raons, en dogma
- Falta d'escolta
- Fals escepticisme
- Retorciment, manipulació de la realitat
- Acceptació exclusiva dels seus arguments
- Utilització d'arguments trampa
- Reducció, ridiculització, menysteniment o deformació dels arguments contraris

ACTIVITAT 7
Vegeu pàgina 54.

ELS ARGUMENTS TRAMPA



4.2.5. COM ES PROPAGUEN AQUESTS DISCURSOS?

- **Desinformació:** És tota «informació falsa o enganyosa que es crea, presenta i difon amb fins lucratiu o per enganyar intencionadament la població, i que pot causar un perjudici públic», segons el Grup d'experts d'alt nivell sobre desinformació designat per la Comissió Europea.
- **Infodèmia:** És «una sobreabundància d'informació, en línia o en altres formats, i inclou els intents deliberats de difondre informació errònia per socavar la resposta de salut pública i promoure altres interessos de determinats grups o persones», segons l'Organització Mundial de la Salut. Es va generar al voltant de la covid-19, però és aplicable a l'excés d'informació, no sempre fiable, que existeix actualment.
- **Fake News:** Aquest terme és utilitzat per conceptualitzar la divulgació de notícies falses (com la mateixa traducció del terme indica). Aquestes notícies falses provoquen un perillós cercle de desinformació. Per a molts/tes periodistes és preferible utilitzar el terme rumor fals, bola o desinformació, ja que donar a aquest tipus de missatges la categoria de notícia, en realitat només contribueix a desprestigiar el veritable periodisme.
- **Trols:** Persones usuàries de les xarxes que es dediquen a publicar continguts ofensius o incerts a Internet, amb la intenció de generar un clima negatiu o distorsionar la veritat.
- **Haters:** Persones que es dediquen obsessivament a atacar i agredir verbalment altres persones que menyspreen pel seu origen ètnic, la religió, l'activisme feminista, etc.



ACTIVITAT 8 Vegeu pàgina 55.

VERIFICA LA INFORMACIÓ

ACTIVITAT 9 Vegeu pàgina 55.

FES SERVIR LA CAIXA
D'EINES DE MALDITA.ES

En aquesta caixa hi trobaràs diverses eines per verificar diferents tipus de continguts: Fotografies, vídeos, fitxers, etc. Segons el contingut se suggereixen eines com Wayback Machine, Archive.is, InVid, etc. Fes clic [AQUÍ](#)

ACTIVITAT 10 Vegeu pàgina 56.

CREA UN RUMOR FALS

ACTIVITAT 11 Vegeu pàgina 57.

QUÈ EN DIUEN, A INTERNET?

4.2.6. LA POLARITZACIÓ DE LES XARXES SOCIALS I EL PAPER DELS I LES INFLUENCERS EN L'EXPANSIÓ DELS NEGACIONISMES.

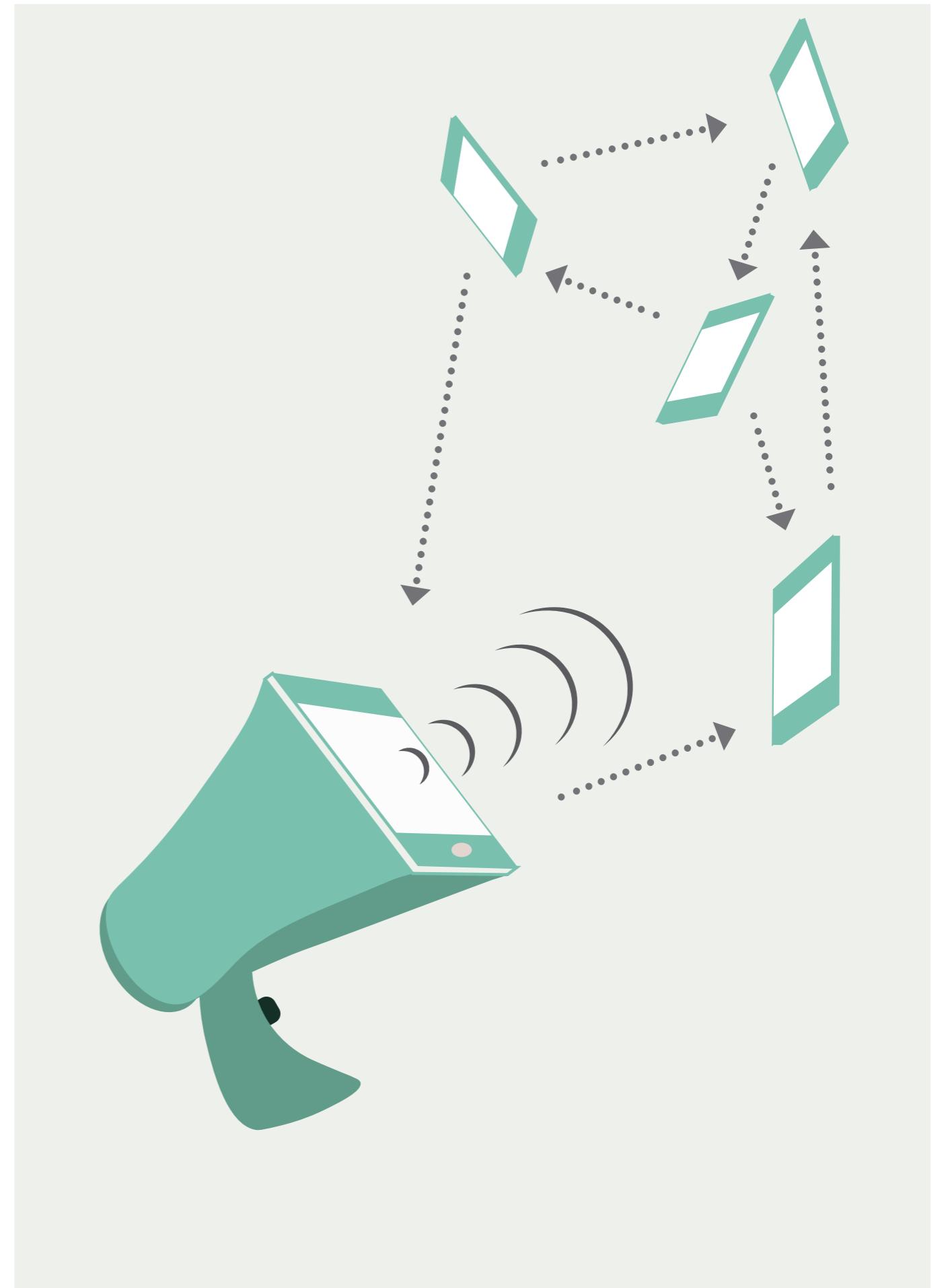
Després d'un primer moment, en el qual es considerava que les xarxes socials i els canals de missatgeria instantània havien arribat per donar veu a totes i cadascuna de les persones del món, i per democratitzar l'accés a la informació, les xarxes socials es van anar inclinant cada cop més a generar, precisament, l'oposat: divisió i formes d'odi.

Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, YouTube o Google tenen com a objectiu captar la nostra atenció com més temps millor. Ho aconsegueixen afavorint la visibilitat de contingut polèmic, incloent-hi discursos d'odi i negacionismes. Com més extrem és el contingut, més atenció genera; per tant, esdevé més viral, obté més visibilitat i, en conseqüència, més diners!

Les xarxes socials i els seus algoritmes tendeixen a oferir-nos el contingut que reforça les nostres pròpies idees i preconcepcions del món, però tendint als extrems i ocultant realitats oposades. Això afavoreix la creació de grups antagònics. Però hi ha un factor més, les persones que s'han convertit en influencers.

En una xarxa interconnectada, on cada node és una persona que estableix relacions amb altres, l'influencer disposa d'un nombre molt més gran de connexions que la resta, cosa que implica que cada informació que llanci acabarà arribant a una quantitat de gent elevadíssima.

Moltes vegades, es recorre a les i els influencers per llançar una idea, que s'amplificarà a categoria de prejudici, rumor fals, teoria falsa o discurs d'odi.



¡ ALERTA, FUNCIONA AIXÍ !

Dues investigadores, Olivia Little i Abbie Richards, han fet un [estudi](#) que demostra que l'algoritme de TikTok interpreta l'interès pel contingut trànsfob en general com un senyal que ets neonazi i comença a recomanar-te vídeos d'extrema dreta.

Explica com, en començar a clicar «M'agrada» en temes trànsfobs, els van començar a sortir continguts misògins, homòfobs, racistes i, finalment, cap al TikTok número 400, obertament feixistes i cridant a la violència.

A mesura que creix el contingut d'odi es van sumant més i més discriminacions fins a arribar a l'antisemitisme, expressions neonazis i teories de la conspiració.

Qualsevol persona que consumeixi TikTok sap que 400 vídeos es poden veure en qüestió d'un parell de dies. Una persona pot fer-se un compte avui, començar a veure vídeos de forma encadenada i al cap de dos dies rebre ja propaganda neonazi.

Els discursos d'odi sexista són més freqüents en aquelles xarxes socials menys orientades a l'aspecte textual, com Instagram o TikTok.

FACT CHECKING: VERIFICACIÓ D'INFORMACIONS

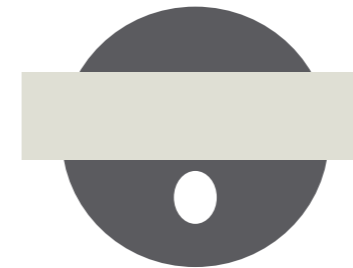
Hi ha serveis molt interessants en pàgines com Maldita.es, Newtral.es, VerifiCracks, etc.



Cartell publicat en el metro de Madrid



4.2.7. ELEMENTS FACILITADORS DE L'ODI I EL NEGACIONISME EN LÍNIA:



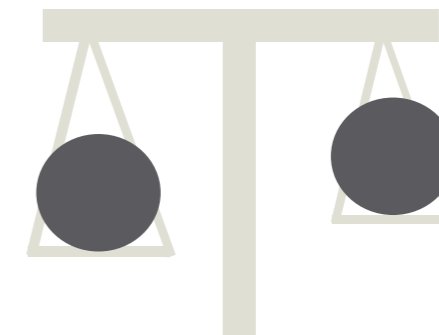
L'ANONIMAT I LA DISTÀNCIA:

Són els principals «facilitadors» dels discursos d'odi i negacionistes. Moltes persones s'atreveixen a dir coses a les xarxes que no serien capaces d'expressar en la vida real.



LES NORMES I ELS LÍMITS:

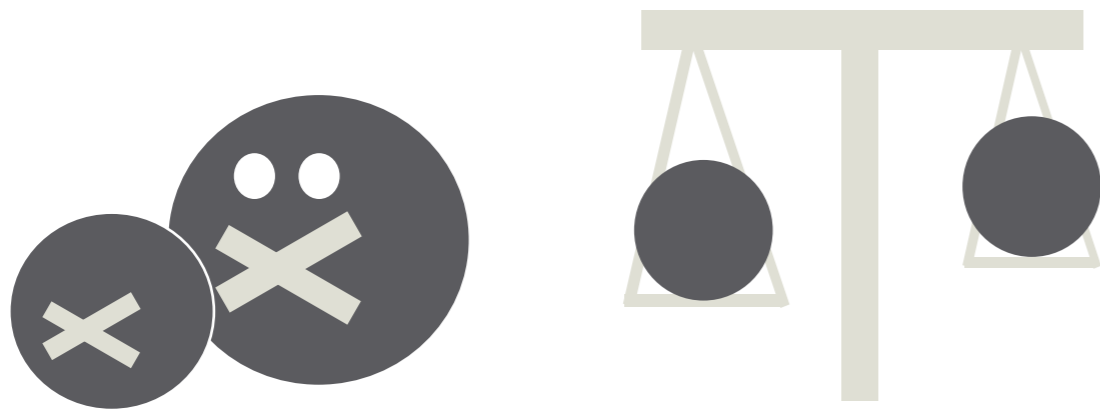
Quan les xarxes socials no tenen unes regles clares de comportament i d'ús, o les tenen i no les comuniquen adequadament, els discursos d'odi tendeixen a incrementar-se.



LA IMPUNITAT:

Quan les persones usuàries de les xarxes socials tenen la percepció que no hi ha conseqüències davant de comportaments que travessen els límits i transgredeixen les normes o que aquestes conseqüències són assumibles o eludibles, els discursos d'odi troben un camp abonat per estendre's.

ELS I LES TESTIMONIS



En sentit estrict, no formen part dels «odiats/ades», tot i que són conscients també que poden passar a ser-ho si decideixen posicionar-se al seu costat.

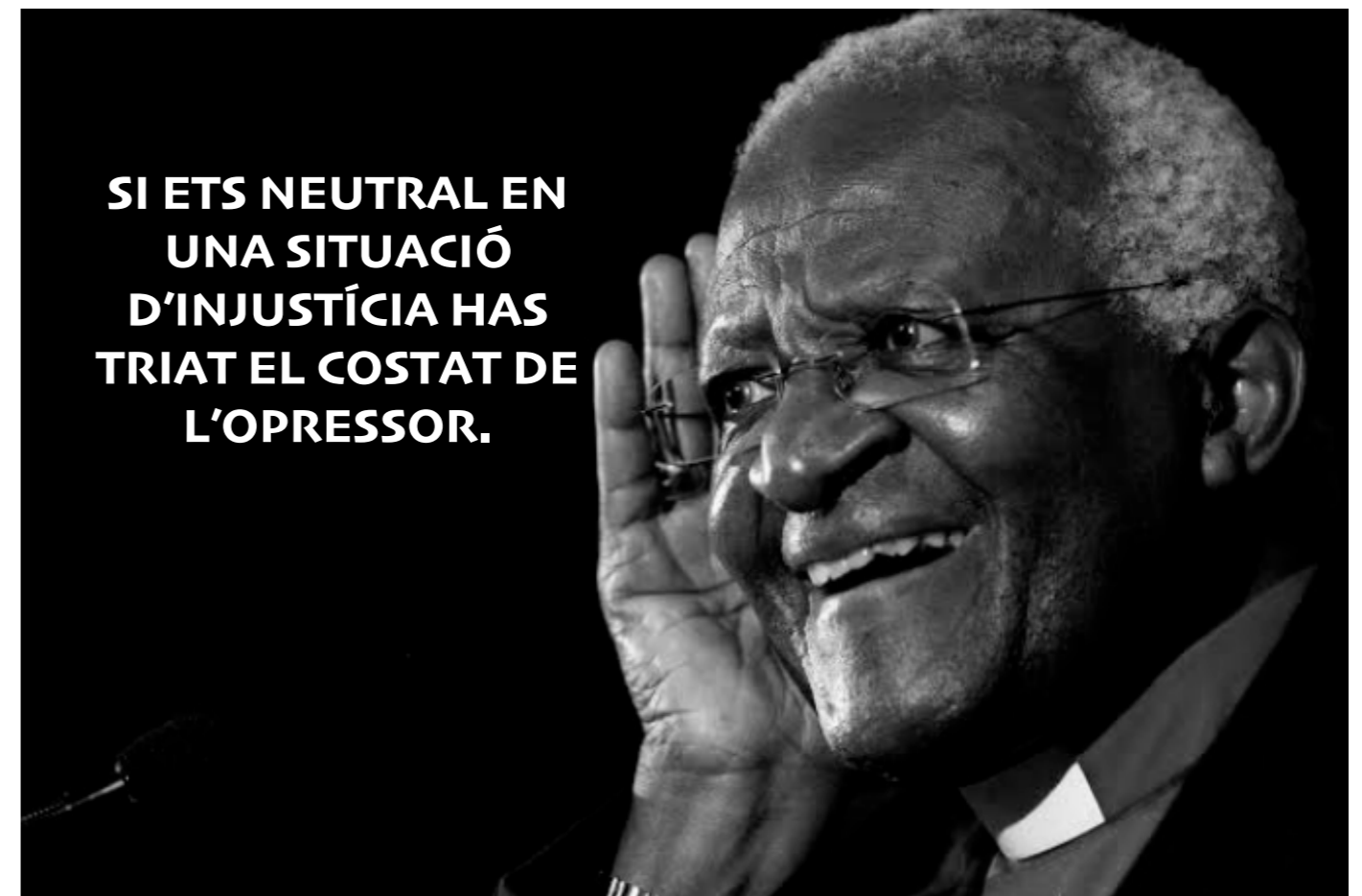
Aquestes persones que són testimonis de transgressions poden arribar a ser-ne còmplices ja que no es posicionen però deixen fer, miren cap a un altra banda... Si davant d'una injustícia callem, estem sent còmplices de qui comet aquesta injustícia. Una altra forma de convertir-se en còmplice és compartir insults, mems despectius, rumors falsos, etc., encara que no els hàgim creat directament.

ACTIVITAT 12
Vegeu pàgina 59.

**I SI LES XARXES SOCIALS
ENS MANIPULESSIN?
HI HAVIES PENSAT?**



**SI ETS NEUTRAL EN
UNA SITUACIÓ
D'INJUSTÍCIA HAS
TRIAT EL COSTAT DE
L'OPRESSOR.**



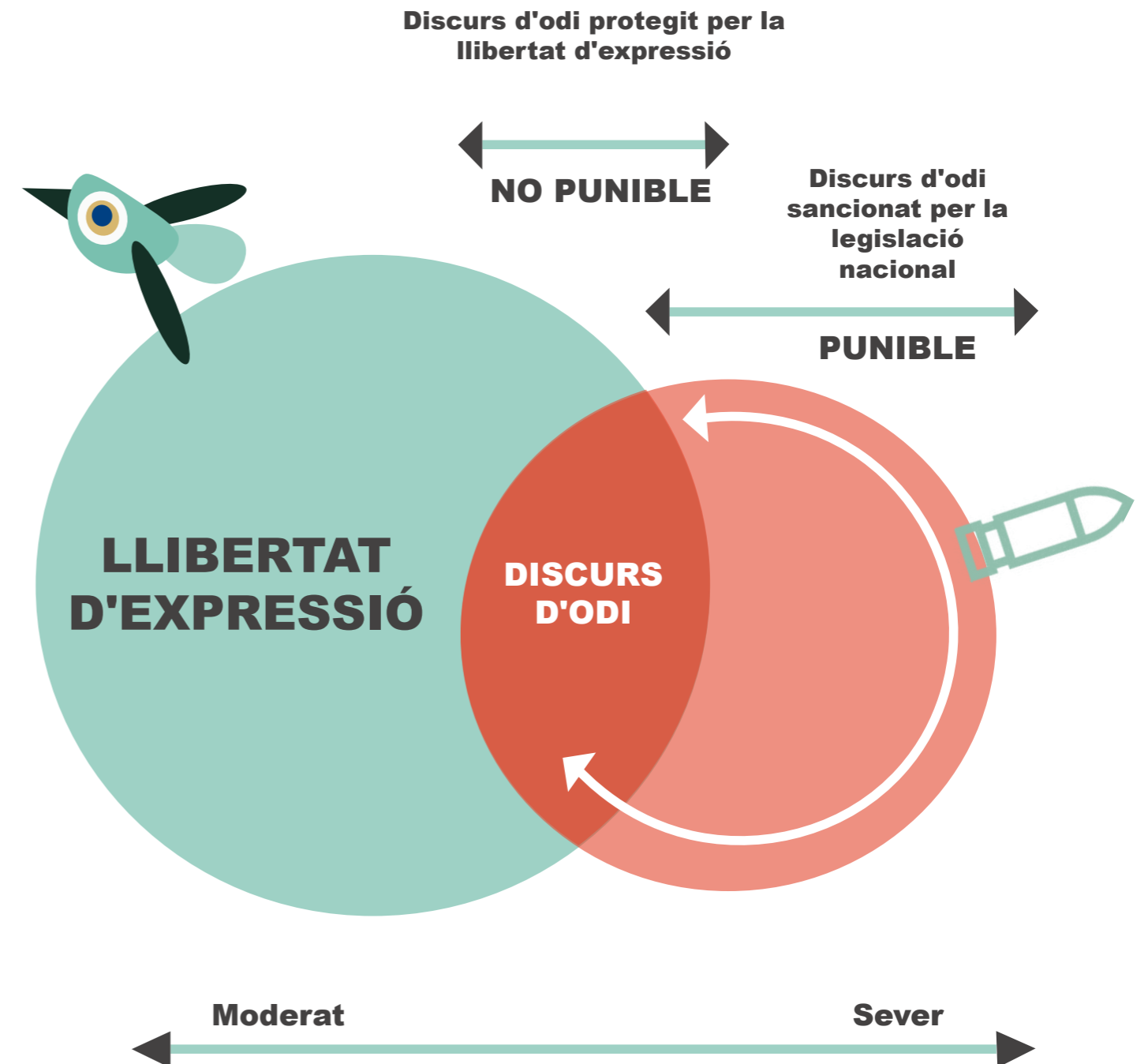
DESMOND TUTU
PREMIO NOBEL DE LA PAZ 1984

4.3.

FINS ON ARRIBA LA LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ?

La llibertat d'expressió és un dret fonamental, indispensable per garantir la formació d'una opinió pública diversa i plural, un requisit indispensable en qualsevol sistema democràtic. La comunicació i la discussió són essencials per construir una societat democràtica efectiva.

Tanmateix, la llibertat d'expressió no és un dret «absolut» que s'aplica en totes les situacions sense cap límit. És un dret que ha d'estar equilibrat amb els drets d'altres persones o amb el bé de la societat en general. Això sí, ha de garantir que no hi hagi danys, que les seves manifestacions tinguin un interès públic, i que perseguixin un fi constitucional.



LA LLIBERTAT D'EXPRESSIONI EN LA LEGISLACIÓ:

Art. 19 de la DECLARACIÓ UNIVERSAL DE DRETS HUMANS.

Art. 10 del CONVENI EUROPEU DE DRETS HUMANS.

(Determina també que aquesta llibertat pot ser restringida, entre altres motius, per prevenir comportaments delictius i protegir la reputació i els drets de les altres persones, sempre que la llei ho prevegi i la limitació a la llibertat d'expressió sigui «necessària» i «proporcional».)

Art. 510 del CODI PENAL ESPANYOL

Tipifica com a delictes les conductes següents:

- 1.-** Fomentar, promoure o incitar directament o indirecta l'odi, hostilitat, discriminació o violència contra una persona o un grup per motius referents al seu origen, fenotip, religió, ètnia, ideologia, orientació o identitat sexual, gènere, malaltia o discapacitat.
- 2.-** La producció, elaboració, possessió per a la distribució i distribució (per qualsevol canal, fins i tot Internet) de tot tipus de material idoni per fomentar, promoure o incitar l'odi, la discriminació i la violència pels motius esmentats
- 3.-** L'enaltiment o justificació pública d'un delictes d'odi.
- 4.-** Les accions que suposen humiliació, menyspreu o descrèdit d'una o més persones pels motius esmentats, així com la producció, possessió per a la distribució i difusió de tot tipus de contingut que lesioni la dignitat d'aquestes persones.
- 5.-** La negació, trivialització, enaltiment públic dels delictes de genocidi i de lesa humanitat, quan d'aquesta manera es promogui o afavoreixi un clima de violència, hostilitat, odi o discriminació contra els grups victimitzats.

ACTIVITAT 13
Vegeu pàgina 60.

LLIBERTAT SENSE LÍMITS?

ALTRES RECURSOS PER LLEGIR, VEURE I APROFUNDIR

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

Vídeo: ¿Qué es la desinformación?

Vídeo: Cómo se crea y se difunde la desinformación



5. LA DIANA DELS PREJUDICIS

● Objectiu:

Identificar prejudicis i estereotips presents en el grup i entendre com es construeixen.

● Recursos necessaris:

Paper, notes adhesives, pissarra, bolígrafs i retoladors.

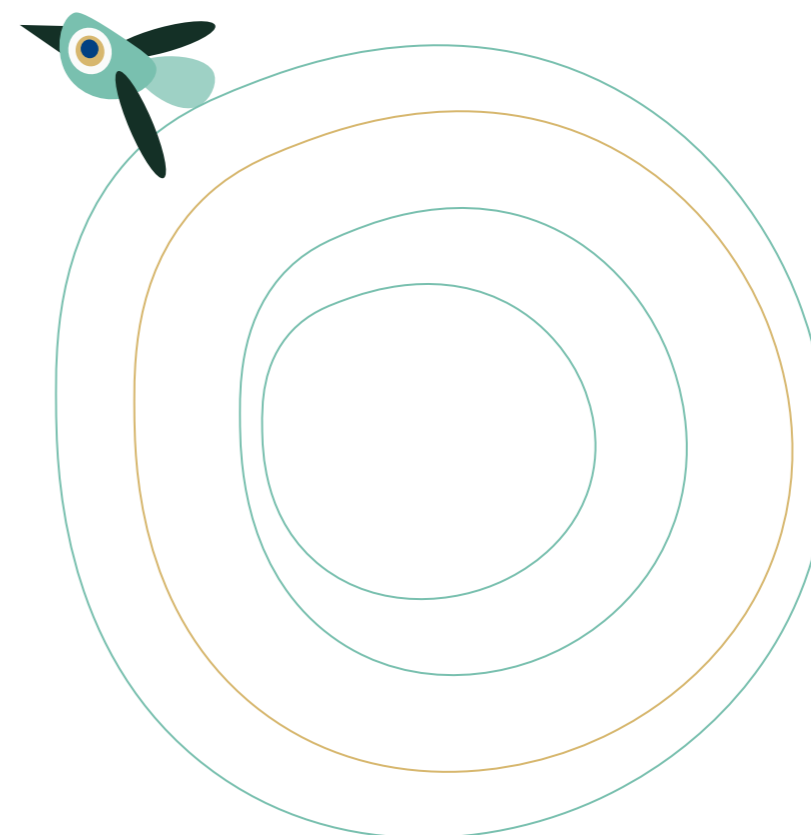
● Desenvolupament:

Pas 1. Es fan tres equips dins del grup. Al primer se li dona una paraula clau que la resta de grups de moment no han de saber. Per exemple: GITANA. (Altres possibilitats: musulmà/ana, xinès, asturiana, lesbiana...). L'equip ha de pensar en paraules associades a aquest terme.

Tenen un temps limitat per fer-ho. Aquesta paraula estarà situada al centre d'una diana amb tres nivells i han d'escriure aquests mots en el cercle següent (cercle 2, començant a comptar des del centre). Els altres dos grups treballen igual i de manera paral·lela amb una altra paraula semblant.

Pas 2. El conjunt de paraules que ha elaborat el primer grup passa al segon amb una condició: no saben quina és la paraula clau (es tapa la paraula del primer cercle). Llegint aquesta llista de paraules el grup n'ha d'escriure d'altres a l'últim cercle (el tercer començant a comptar des del centre) inspirades en les anteriors. El segon grup passa la seva feina al tercer i aquest, al darrer, i continuen treballant.

Pas 3. Es descobreix la paraula clau. El tercer grup s'ha d'enfrontar al rept de crear una definició de la paraula clau (GITANA) amb totes les paraules associades i recollides a la diana.



● Idees i preguntes per reflexionar:

- Què ha succeït? Com sona la definició que ha fet el tercer grup? Què implica? Què descobriu?
- Com us allunyen o us acosten els atributs que associeu amb determinats col·lectius o persones?
- Pot ser que estiguem generalitzant? Podríem dir que totes les persones blanques són alcohòliques perquè alguna d'elles ho és?
- Definició d'estereotip i prejudici.



40 / 50 MINUTS

depenent del nombre de participants i de paraules que s'utilitzin.

Font: [Juegos para disolver rumores.](#) Ajuntament de Bilbao.

6. MAPA D'EMPATIA

● Objectius:

Entendre la realitat d'una altra persona o col·lectiu, fent un esforç per comprendre i interpretar aquells elements que la construeixen com a persona.

Desenvolupar l'escolta activa i l'empatia.

● Recursos necessaris:

Una cartolina gran (o diverses, si en lloc de fer-ho amb tot el grup es vol treballar en grups més petits) amb el mapa d'empatia traçat, sense emplenar (només l'esquelet). Per crear el mapa d'empatia, es dibuixa un gran cercle al centre. Hi ha d'haver prou espai per poder-hi escriure.

S'hi poden afegir ulls i orelles perquè sigui un «cap» ben gros. S'etiqueten les zones que hi ha al voltant del cercle central de la manera següent: escoltar, pensar, veure, dir, sentir i fer.

● Desenvolupament:

Pas 1. Es demana al grup que pensin en una persona que considerin molt diferent de les del grup. Quan l'hagin escollida, se'ls diu que posin nom a aquesta persona (aquesta persona pot representar un col·lectiu).

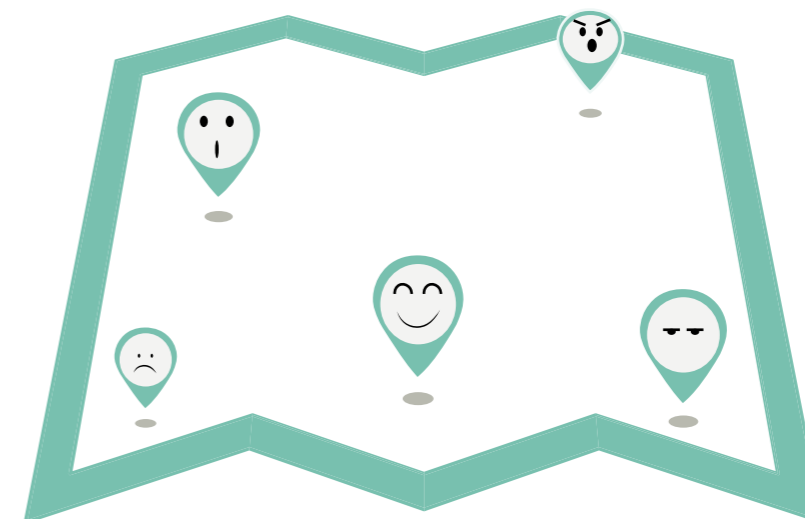
Pas 2. El grup intenta descriure, des del punt de vista d'aquesta persona, quina és la seva experiència responent les categories dels verbs afegits a l'activitat 5.

Pas 3. Es fa un exercici de síntesi: què vol aquesta persona? Quines forces li serveixen de motivació? Per què creus que és o pensa de determinada manera?

● Idees i preguntes per reflexionar:

- Com ha sigut l'experiència d'intentar entendre una altra persona? Com ha sigut intentar descriure la seva realitat? Ho heu aconseguit? És real el que s'ha dibuixat o es continua fent des de la subjectivitat? Hi influeixen els estereotips?

- Hi influeixen els prejudicis? Hi ha hagut desacord en el grup o ha sigut senzill? Implicar-se en un exercici així, que suposa posar-se a la pell d'una altra persona, canvia la forma en què enteneu el vostre món? Canvia la manera en què enteneu el seu?
- Heu vist elements comuns? Per exemple, en els somnis i aspiracions o en les pors i frustracions?



● Variacions:

Aquest exercici es pot fer amb tot el grup o dividint-lo en subgrups. En aquest últim cas, podria ser interessant que cada equip se centrés en una persona o col·lectiu diferent. En acabar, s'hauria de fer una reflexió en dos nivells. Per un costat, sobre allò concret: la persona que ha sigut la base del mapa d'empatia. Per un altre, general, sobre el procés.



90 / 120 MINUTS

Font: [Juegos para disolver rumores.](#) Ajuntament de Bilbao.

7. ELS ARGUMENTS TRAMPA

● Objectius:

Reconèixer les estratègies que utilitza el negacionisme per sostenir idees falses i irracionals.

Identificar arguments no vàlids i desenvolupar capacitats per afrontar-los.

● Recursos necessaris:

Fitxes exemple (vegeu Annex 1) i pissarra per a la posada en comú.

● Desenvolupament:

Pas 1. Es comença explicant com funcionen els negacionismes i les estratègies que utilitzen, centrant-nos especialment en els arguments trampa.

Argument trampa: Es tracta d'un raonament que porta a una conclusió incorrecta utilitzant prejudicis i manipulant la informació.

Pas 2. Es formen grups i cadascun rep una fitxa exemple i l'analitza.

Pas 3. Quan cada grup ja ha analitzat el seu exemple es fa una posada en comú en què s'expliquen les conclusions a les quals ha arribat cadascun.

● Idees i preguntes per reflexiona:

Què us sembla la resposta? És vàlida? La resposta està relacionada amb la primera afirmació? És raonable? L'aspecte d'una persona ens pot dur a aquesta conclusió? Us ha succeït alguna vegada o heu vist que li hagi passat a altres persones?



60 MINUTS
que es poden ampliar
utilitzant més exemples.

Font:
Elaboració pròpia.

8. VERIFICA LA INFORMACIÓ

● Enllaç amb recursos:

[DRIVE](#)

● Font: [Maldita.es](#)

Lección 8. Aprender a observar imágenes y videos

¿Un accidente de avión en Etiopía...?

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

Escanea el código QR para ver el vídeo

PASOS A VERIFICAR

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

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

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

CONCLUSIÓN

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

MALDITA EDUCA

educa.maldita.es

9. UTILITZA LA CAIXA D'EINES DE MALDITA.ES.

Pàgina [maldita.es](#)



10. CREA UN



● Objectiu:

Comprovar les característiques de la desinformació i com de fàcil n'és elaborar-la.

● Recursos necessaris:

Paper i bolígrafs, o ordinador si es vol treballar en format en línia.

● Desenvolupament:

Pas 1. En aquesta activitat les i els joves assumeixen el rol de creadors de desinformació. Cadascú ha d'escriure un RUMOR FALS en forma d'un petit text en format periodístic, responent les 5 W del periodisme (qui, què, quan, on i per què) per presentar el succés de manera senzilla i completa.

El tema és lliure, però ha d'estar relacionat amb un fet real que podria haver ocorregut al seu barri. La narrativa ha de ser el màxim de versemblant possible. La «notícia» ha de tenir títol i, almenys, dos paràgrafs. Es pot plantejar com a text escrit o fer-ho en línia, cas en què podrà incloure format i imatges.

Pas 2. Finalitzada la tasca, els estudiants han de intercanviar els seus rumors falsos i analitzar quines característiques del text del seu company/a indiquen que es tracta de desinformació.

Pas 3. Debat:

- Què hauries d'observar per comprovar si es tracta d'un rumor fals?
- Quin era l'objectiu de difondre aquesta mentida? (Publicitat, trolejar, estafar, sembrar el caos, interès ideològic o d'un altre tipus.)
- Quines proves necessites per confirmar que és un rumor fals?
- Com podries convèncer els teus amics/igues que es tracta de desinformació?
- Creus que aquest contingut es podria fer viral en el teu barri?
- Quin seria l'impacte de publicar la història sense saber si és real o no?



1/2 HORES

Font: Elaboració pròpia.

11. QUÈ EN DIUEN, A INTERNET?



● Objectiu:

Comprendre el poder d'Internet i les xarxes socials per difondre i fer virals continguts i idees.

Desenvolupar la capacitat d'identificar les connotacions o significats de continguts, comentaris o idees difoses a Internet.

● Recursos necessaris:

Qualsevol dispositiu amb connexió a Internet. El millor seria que hi pogués haver una navegació en paral·lel amb diferents grups de treball.

● Desenvolupament:

Pas 1. Es busca informació en el cercador de Google sobre diferents col·lectius amb una frase que tingui una construcció senzilla com: «Els/les ____ són ____».

- «Els gitanos són...»
- «Les immigrants venen...»
- «Els joves són...»
- «Les nenes són...»

Paso 2. El cercador de Google tendeix a completar aquestes frases mentre s'escriuen. És el que s'anomena prediccions, cerques predictives o autocompletar. És una opció que es pot desactivar.

Les consultes de cerca que ofereix la funció d'autocompletar són un reflex de l'activitat de cerca de tots els usuaris i usuàries d'Internet i del contingut de les pàgines web que Google indexa. Si s'inicia sessió en un compte privat de Google i hi ha habilitat l'historial web, també és possible que apareguin suggeriments de consultes basats en cerques rellevants que s'hagin fet anteriorment. L'exercici consisteix a parar atenció a aquestes frases i parlar-ne.

● Idees i preguntes per reflexionar:

Com ha sigut l'exploració? Us han sorprès els resultats? Parla de les idees més predominants?

Creieu que pot tenir efecte en les persones que es troben aquestes frases quan fan cerques?

Variacions:

Utilitzar algunes d'aquestes frases o etiquetes en altres xarxes socials. Buscar, per exemple, «immigrant» a YouTube i veure quines són les cinc primeres entrades i quina mena d'informació s'aboca sobre aquest col·lectiu.



2 HORES

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

12. I SI LES XARXES SOCIALS ENS MANIPULESSIN? HO HAVIES PENSAT?

● Objectius:

Entendre que darrere de les diferents xarxes socials hi ha empreses amb els seus propis interessos, principalment econòmics.

Aprendre a utilitzar les xarxes socials de manera conscient i responsable.

● Recursos necessaris:

Connexió a Internet, projector, ordinador.

● Desenvolupament:

Utilitzarem un vídeo resum del documental de Netflix El dilema social, que podem recomanar-los que vegin a casa seva.

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

Un cop visionat el vídeo resum, plantegem les preguntes següents:

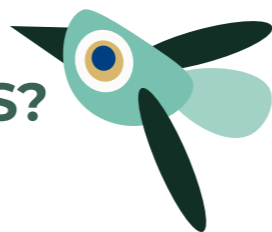
- Què és el que més us ha sorprès o cridat l'atenció de la informació que es dona en el vídeo? Havíeu pensat abans que les xarxes socials són empreses que busquen beneficis? Com us sentiu? Creieu que alguna de les xarxes socials us ha influït en la vostra manera de pensar sobre algun tema? Podeu donar-ne algun exemple? (La pandèmia, el canvi climàtic, la violència masclista o sobre alguna persona, etc.)
- Què podem fer per evitar manipulacions? Tractar d'actuar de manera positiva en les xarxes socials.



1/2 HORES

Font: Elaboració pròpia.

13. LLIBERTAT SENSE LÍMITS?



● Objectius:

Debatre els límits de la llibertat d'expressió.

● Recursos necessaris:

Pissarra, retoladors i imprimibles de l'Annex 2.

● Desenvolupament:

Pas 1. Es pregunta als i les participants què significa la llibertat d'expressió. Es recullen les idees a la pissarra i es complementa amb conceptes que no hagin sorgit en el grup. És una pluja d'idees sobre la qual més endavant s'aprofundirà:

- Significa, la llibertat d'expressió, que podem dir el que vulguem?
- Creus que hi ha algunes expressions que no haurien d'estar permeses? Com s'hauria de decidir quines s'han de prohibir? Qui ho hauria de decidir?
- Quines altres maneres hi ha d'«expressar-nos» a part de parlar o escriure? (La música, el teatre, les imatges, el llenguatge corporal, etc.)

Pas 2. Es dona una mica d'informació sobre la llibertat d'expressió. (Vegeu pàgina x de la nostra guia.)

Pas 3. Es divideixen els participants en grups de 4-5 persones i es dona a cadascun una còpia de les situacions de l'Annex 2. S'explica que es tracta de comentar durant 20 minuts una sèrie de situacions en què la gent ha publicat comentaris a Internet que ataquen altres persones i en vulneren els drets humans. Els grups han de decidir si és un cas en què s'ha d'eliminar el material de les xarxes —en altres paraules, si la llibertat d'expressió s'hauria de restringir.

- Si decideixen que ha de ser així: Què s'hauria d'eliminar? Per què?
- Si decideixen que no: Per què no? Què més es pot fer? Qui ho pot fer?

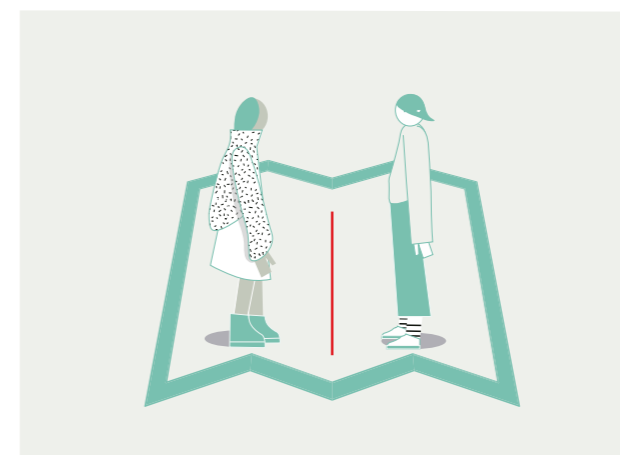
Pas 4. Posada en comú:

Algun grup ha arribat a un acord? Quines són les diferències més importants entre les vostres opinions?

En la decisió que heu pres, hi ha influït qui és la persona responsable de les publicacions? Hi ha influït quanta gent ha respost a la publicació i com ho ha fet?

Algú ha arribat a elaborar una norma per decidir quan es pot (o s'ha de) restringir la llibertat d'expressió? Quins són els perills d'imposar massa restriccions? Quins són els perills de no imposar prou restriccions?

Creus que tancar pàgines senceres d'Internet i eliminar contingut delicat de les xarxes és una manera eficaç de combatre el discurs d'odi a Internet?



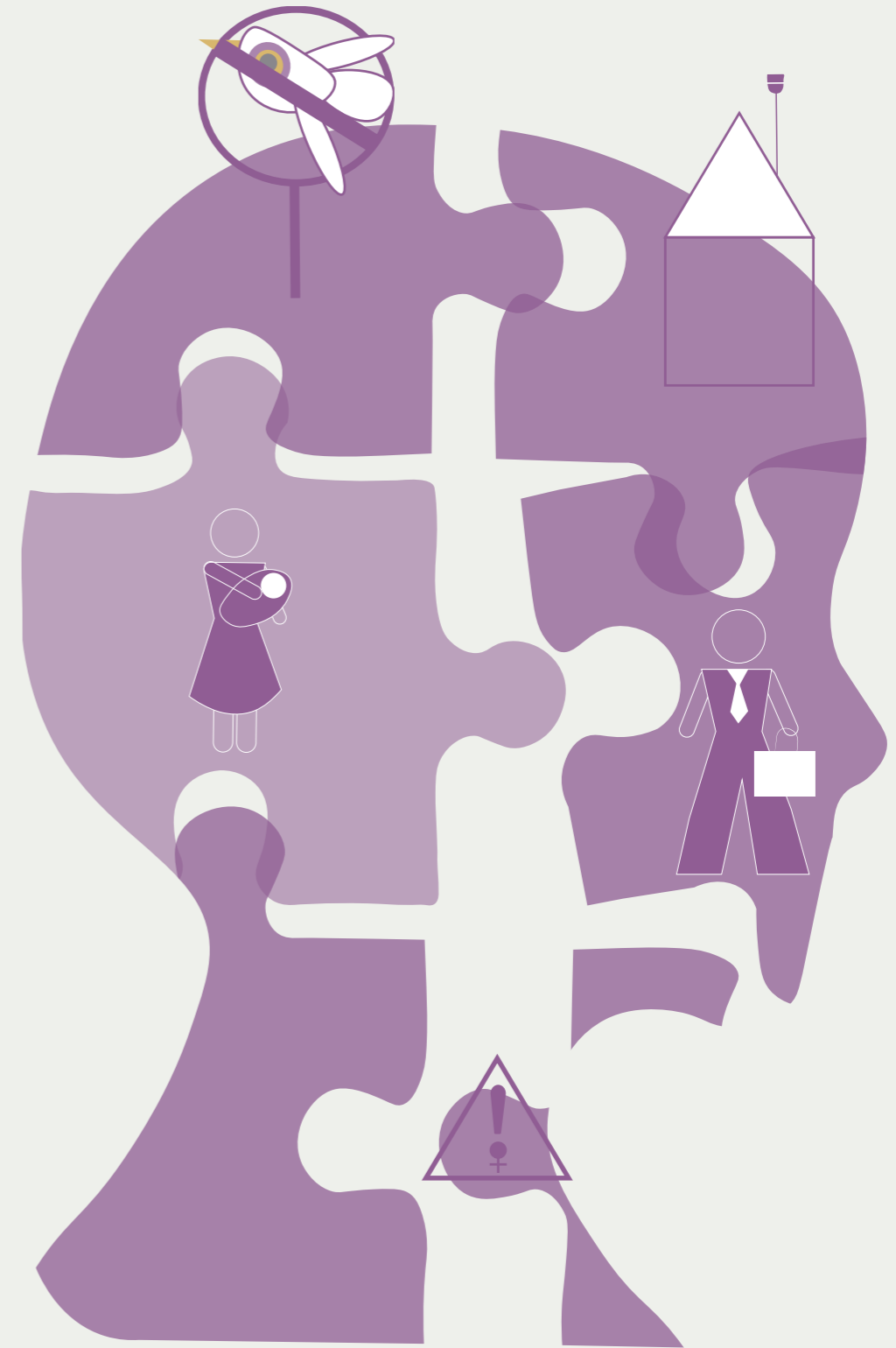
45 MINUTS/ 1 HORE

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



05

NEGACIONISME DE LA VIOLÈNCIA DE GÈNERE





DESMUNTEM ELS SEUS ARGUMENTS

Arguments principals del negacionisme de la violència de gènere:

	<p>El feminisme és una ideologia política i no un moviment per la igualtat.</p>
	<p>Les dones no es troben en situació de discriminació respecte als homes</p> <p>Ja no hi ha desigualtat ni violència estructural.</p>
	<p>No hi ha violència específica contra les dones</p>

5.1.1. Creen una teoria negacionista al voltant a la ideologia de gènere

El feminisme és considerat una ideologia de gènere que té com a objectiu un atac frontal a la família tradicional (heterosexual, orientada a la procreació i amb rols clars per a homes i dones). Aquesta teoria de la ideologia de gènere és un instrument polític que utilitza l'extrema dreta per desprestigiar el feminisme i es basa en les idees següents:



NEGA LA NOCIÓ DEL SISTEMA SEXE-GÈNERE..

*“El gènere és un rumor fals ideològic”.
“És una teoria emotiva sense base científica”.*

El sistema sexe-gènere va ser desenvolupat per Gayle Rubin el 1975. Ella exposava que «mentre el sexe biològic no canvia al llarg del temps, el gènere tanmateix és canviant, està compost per una sèrie de normes, rols i conductes que determinen el que una societat espera d'un home i d'una dona, i aquestes normes varien al llarg del temps i són diferents en les diverses cultures al llarg de la història; per tant, el gènere és “construït”, no és natural, cosa que permet desnaturalitzar i visibilitzar com a “normatiu” el que una societat espera d'homes i dones».

«És en aquesta construcció del gènere on s'està creant la desigualtat de gènere, ja que totes les atribucions assignades a les dones afavoreixen la seva subordinació al servei i la dependència respecte als homes, que es prenen com a patró de referència.» Aquesta construcció social del gènere és, per tant, modificable, cosa que permet desvincular les dones d'elements culturalment imposats.¹

En l'actualitat, el caràcter subordinant i construït del gènere que aporta aquesta teoria continua sent vàlid, i ens permet explicar com el patriarcat ha imposat la subordinació de les dones. Però, alhora, es defensa cada cop més que també el sexe pot ser construït. La biologia com a ciència és una pràctica de producció de coneixement que neix en un moment concret (segle XIX) i, per tant, també és social. Avui en dia es defensa que el sexe és, en bona mesura, una realitat social que va més enllà de la reproducció, i que, en aquest sentit, es pot transformar.

¹. Extracte de Coeducando: Hacia una Ciudadanía Global comprometida por un mundo libre de violencias machistas, de María Monjas Carro. InteRed.

En aquesta guia volem assenyalar que la teoria sexe-gènere s'ha de complementar amb les teories queer, de manera que no s'exclouï ningú:

Persones intersexuales: En aquest cas no se'ls pot assignar un sol sexe binari en néixer. La intersexualitat, científicament demostrada, obre un ventall més ampli de gradacions de sexes (en funció de genitals, gònades i cromosomes) que no encaixen ni en el que la biologia diu que és un home ni en el que diu que és una dona. Cal crear altres categories d'identitats sexuals que no siguin ni dona ni home.

Persones amb identitats transsexuals: «Persones que no s'identifiquen amb el gènere que se'ls assigna en néixer, i que, o bé pretenen canviar el gènere que se'ls assigna, socialitzant-se en el gènere oposat al que suposadament els correspon pel sexe assignat al seu cos, o bé volen viure en trànsit sense assumir cap dels dos gèneres establerts (persones no binàries)», segons María Monjas Carro.

♀ **Si vols aprofundir sobre aquest tema, et deixo aquí un parell de recursos molt interessants:**

[Vídeo](#) "Què és la diversitat sexual. Explicació fàcil"

[Article](#) sobre la teoria queer.



¿QUÈ FA EL NEGACIONISME DEL SISTEMA SEXE-GÈNERE?

Nega la construcció social del gènere i tracta de mantenir sòlids els fonaments del patriarcat argumentant que no existeixen sinó raons biològiques per diferenciar els rols de dones i homes a la nostra societat. És a dir, assumeix que aquests rols diferents són així per naturalesa.



Alimenta els estereotips de gènere..

Per reforçar els estereotips de gènere, reforça el gastat discurs que identifica les diferències definides pel nostre sexe biològic com a determinants del nostre paper a la societat, de manera que es manté la justificació dels rols de gènere perpetuats durant segles. El seu objectiu és mantenir la divisió sexual, construïda i imposada socialment, que determina els rols següents:

- **Rols tradicionals femenins:** Relacionats amb l'àmbit domèstic, amb les funcions reproductives i amb la cura d'altres persones.
- **Rols tradicionals masculins:** Relacionats amb l'àmbit públic, amb funcions productives i amb el poder.

D'aquests rols es deriven multitud d'estereotips, els quals són negatius tant per als homes com per a les dones, ja que es presenten com a models tancats i difícils de transformar..



Nega orientacions sexuals diverses i considera que l'homosexualitat o la transsexualitat són una aberració.

L'única orientació sexual que admet com a sana, vàlida i normal és l'heterosexual. Totes les altres opcions són considerades com una desviació del que és normal, com una malaltia o patologia que cal corregir perquè suposa un perill per al model heterosexual de parella i de família clàssica que defensa.



Identifica falsament el feminisme amb un moviment que busca la superioritat de les dones lluitant contra els homes.

ACTIVITAT 14
Vegeu pàgina 82.

EL MÓN I JO

TUIITS



QUÈ ÉS REALMENT EL FEMINISME?

Es un moviment que té com a objectiu principal la defensa de la igualtat de drets i oportunitats entre tots dos sexes. Constitueix una forma diferent d'entendre el món, les relacions de poder, les estructures socials i les relacions entre els sexes, per això incorpora a les seves reivindicacions qualsevol persona, partint d'una mirada que abraça la diversitat, despatriarcalitzadora i descolonitzadora.

Avui en dia preferim parlar de FEMINISMES, en plural, perquè reconeixem la diversitat intrínseca al moviment, així com la capacitat d'autocrítica i de revisió que els diversos corrents aporten, des de diferents espais geogràfics, però també de construcció de pensament. A parer nostre, això no vol dir que entre els diversos corrents hi hagi d'haver enfrontaments, perquè és més el que ens uneix (la defensa de la igualtat, la voluntat de transformació social del sistema patriarcal en connivència amb altres sistemes, i el desig de justícia social) que el que ens separa, de manera que defensem la possibilitat real de construir aliances transformadores.

D'altra banda, el masclisme representa una «actitud de prepotència dels homes respecte a les dones» i «una forma de sexisme caracteritzada per la prevalença de l'home».

Com es pot apreciar en les definicions, no es tracta de dos termes equiparables ja que, mentre el feminisme busca la igualtat entre sexes i la transformació estructural de les relacions de poder, el masclisme suposa una preponderància dels homes.

La posició antifeminista actual argumenta que el feminisme ja ha aconseguit els seus objectius i que també hi ha injustícies comeses contra els homes. Aquesta posició no té en compte el nivell de desigualtat que continua existint avui en dia.

Amelia Valcarcel va encunyar el terme «miratge de la igualtat» per referir-se a la idea, certament estesa, que la igualtat entre homes i dones ja és una realitat. En acceptar aquesta suposada igualtat, s'arriba a la conclusió que no és necessari impulsar més mesures per millorar la situació de les dones. Tot i que hi ha hagut molts progressos promoguts pels moviments feministes a tot el món, no es pot dir que s'hagi canviat tot. Malgrat els avenços en igualtat formal, que no s'han aconseguit per a totes les dones del món, encara no hi ha una igualtat real. Les societats continuen sent patriarcal i es mantenen les discriminacions vers les dones.

ACTIVITAT 15
Vegeu pàgina 83.

CADA VEGADA SOM MENYS
HETEROSEXUALS?



5.1.2. Nega que les dones es trobin en situació de discriminació respecte als homes



Negacionisme: “No hi ha dades que permetin concloure que es paga menys a les dones per la mateixa feina, amb la mateixa productivitat i en les mateixes condicions.”

Realitat: A Espanya, la diferència entre el salari mitjà dels homes i de les dones el 2020 era del 16%, segons l'INE. La diferència salarial mitjana era de 358 euros al mes.

BRECHA SALARIAL

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

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

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

Negacionisme: “El sostre de vidre no es deu a qüestions de discriminació. Les polítiques d'igualtat que busquen revertir aquesta situació són ineficaces i injustes: [...] no eviten que les dones es decantin per feines menys remunerades o que prefereixin dedicar més temps a les tasques de la llar.”

Realitat: A Espanya, menys del 35% dels càrrecs de responsabilitat directiva els ocupen dones, segons les últimes dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE).

Empresas y finanzas

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

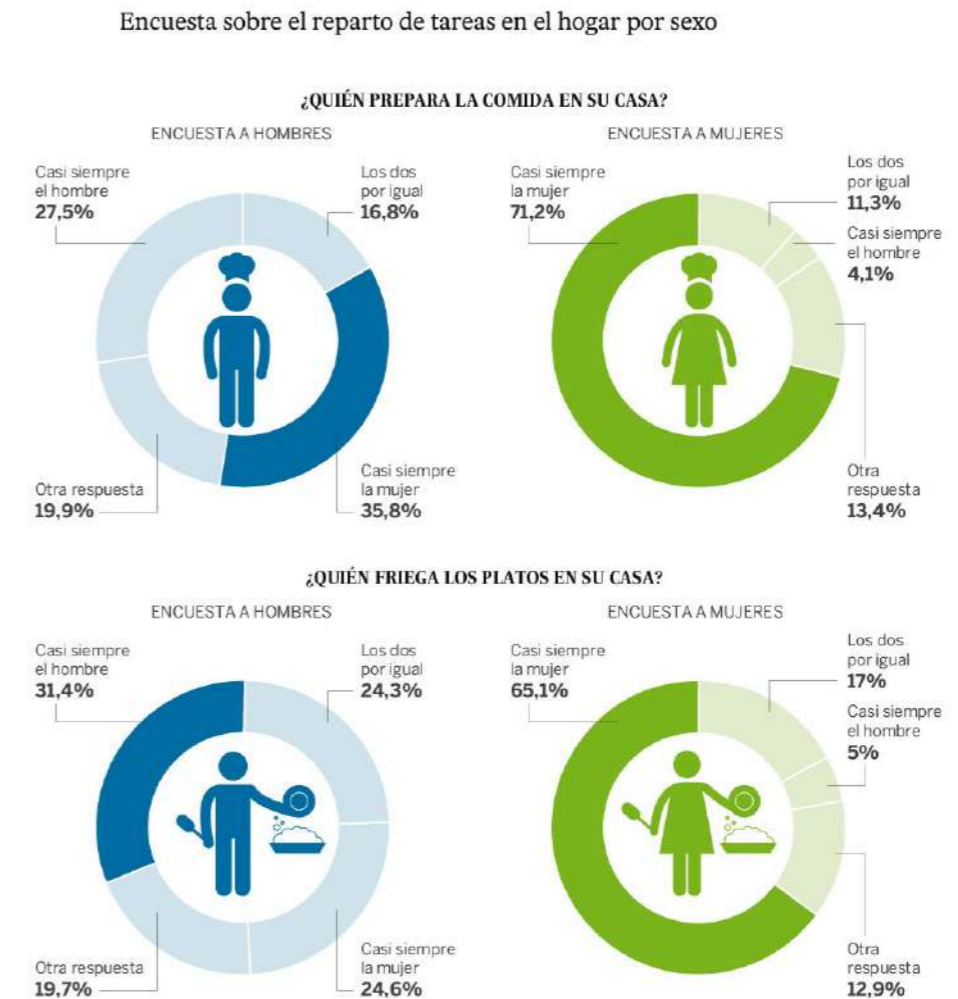
[Noticia El economista.es 27/01/2022](#)

Negacionisme: “Les tasques domèstiques que, per pròpia naturalesa, són gratuïtes, compartides, beneficien localment cada família i s'ha de negociar en el seu si”.

Realitat: Les dones tenen més dificultats que els homes per conciliar: D'acord amb l'Institut Nacional de la Seguretat Social, el 2019, del total de 59.466 professionals que van interrompre la seva activitat laboral (excedències), el 89% eren dones.

El baròmetre del Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS) del mes de maig de 2017 és revelador: Només dos de cada deu homes comparteixen en igualtat les tasques de la llar, com netejar i cuinar, i un 60% de les dones les duen a terme soles sempre o gairebé sempre, mentre que la principal ocupació domèstica dels homes és la de fer «petites reparacions» a casa.

Font: [El País](#)







5.1.3. Nega l'existència de violència específica contra les dones

AQUEST ÉS EL DISCURS NEGACIONISTA:

“En negar les evidències, que mostren que tant homes com dones exerceixen violència, no es duen a terme mesures de prevenció òptimes i eficaces per protegir el nucli familiar i les relacions que s'hi estableixen, amb especial atenció als menors i la tercera edat, atès que el seu maltractament és més difícil de diagnosticar (violència per omissió o negligència) i, per tant, menys denunciada. Els problemes de la llei contra la violència de gènere (LIVG) són diversos: no aconsegueix erradicar la violència contra les dones, tracta homes i dones de forma asimètrica i considera que l'home dins del context d'una parella sempre agraïeix per masclisme”.

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

AQUESTA ÉS LA REALITAT:

-  **El femicidi** és la principal causa de mort de les dones entre 15 i 44 anys. Femicidio.net
-  A Espanya, hi ha hagut **1.144 víctimes mortals per violència de gènere** des de l'1 de gener de 2003 fins a dia d'avui (13 de maig de 2022). Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género
-  El nombre de dones assassinades per **violència de gènere a Espanya el 2021 puja a 42**. Servei de premsa de la Moncloa.
-  Segons l'Informe del Consell General del Poder Judicial, durant l'any 2020, es van registrar **7 casos de violència domèstica íntima**, que van implicar la mort d'un home a mans d'una dona. Aquest mateix informe aclareix, i citem literalment, que «No es pot ignorar que un percentatge apreciable de casos de violència exercida per dones (el 42,9% dels casos el 2020) quedaria enquadrat en el que **es conceptua com a “violència de resposta”**, atès que hi havia hagut episodis previs de violència de gènere de l'home cap a la dona. Per contra, en cap dels 46 casos de femicidi ocorreguts el 2020 hi ha constància de la preexistència de denúncies de l'home cap a la dona.»

¿ Per què la violència de gènere NO ÉS EL MATEIX que la violència domèstica?



Violència de gènere: “Per violència contra les dones s’haurà d’entendre una violació dels drets humans i una forma de discriminació contra les dones, i designarà tots els actes de violència basats en el gènere que impliquen o poden implicar per a les dones danys o patiments de naturalesa física, sexual, psicològica o econòmica, incloses les amenaces de dur a terme aquests actes, la coacció o la privació arbitrària de llibertat, en la vida pública o privada”.

Instrument de ratificació del Conveni del Consell d'Europa sobre prevenció i lluita contra la violència contra la dona i la violència domèstica. Istanbul, 2011. Publicat al BOE.

D'altra banda, **la violència domèstica o intrafamiliar**, és aquella violència que es produeix en l'àmbit (espacial i relacional) de la llar o de la convivència de la família, parella o exparella, i pot ser exercida per dones o homes.

Un exemple de violència intrafamiliar és que el teu oncle pegui al teu pare durant el dinar de Nadal.

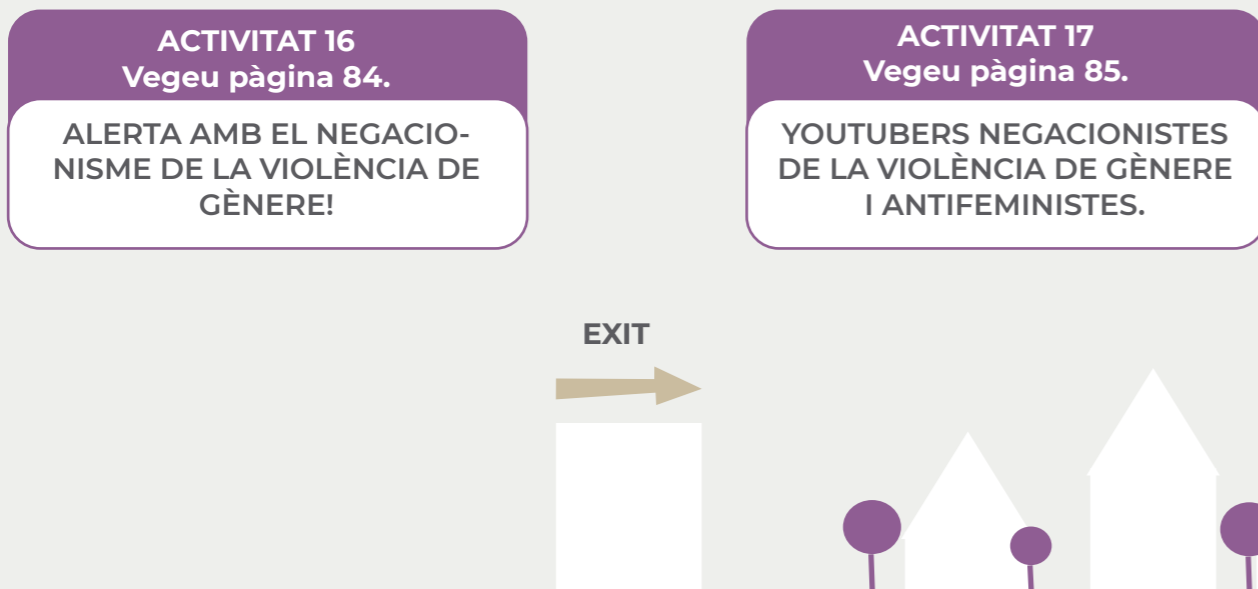
7

Encara que el discurs negacionista ho negui, aquest tipus de violència ja està regulada al Codi penal, no necessita una llei nova. També té una regulació pròpia el maltractament infantil exercit a l'entorn intrafamiliar. En canvi, la violència de gènere necessita millorar la normativa jurídica que la tracta, ja que s'ha demostrat que encara no s'ha aconseguit protegir les víctimes de les violències masclistes.

És cert que les dones poden exercir violència (igual que totes les persones) i poden exercir violència domèstica, però LA CAUSA D'AQUESTA VIOLÈNCIA NO ÉS EL GÈNERE, NO ÉS ESTRUCTURAL.

La violència de gènere es la violència que s'exerceix sobre una persona o un grup de persones en relació amb el seu gènere, amb base en les desigualtats i en les relacions estructurals de poder d'un gènere (el masculí) sobre l'altre (el femení). És a dir, és la violència exercida pel gènere que ha mantingut fins ara el poder, el masculí —els homes—, sobre el femení —les dones. Generalment es produeix quan elles desafien els rols que socialment els han sigut adjudicats pels homes.

Parlar de violència de gènere en lloc de violència domèstica ens permet «treure» les violències estructurals dels homes sobre les dones del terreny de l'àmbit domèstic, i per tant, del privat, al públic, i posar l'origen d'aquestes violències en les relacions de poder dels homes sobre les dones.



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

Segons el Baròmetre Joventut i Gènere 2021, realitzat pel Centre Reina Sofía sobre Adolescència i Joventut de la FAD, un de cada cinc homes joves veu la violència de gènere com un invent ideològic, el doble que fa quatre anys. El canvi de tendència coincideix amb l'auge de l'extrema dreta en les institucions.

Mentre les dones mostren un progressiu increment del sentir feminista en els últims anys, cosa molt positiva, preocupa que s'observa l'evolució contrària en els homes, cada vegada més crítics davant del feminisme i la igualtat de gènere. El 2021 aquesta tendència s'ha aguditzat.

La percepció que la violència de gènere és un problema social molt greu ha passat del 72,4% al 74,2% entre les noies, però s'ha reduït del 54,2% al 50,4% en el cas dels nois.

JOVENTUT I PERCEPCIÓ DE LA VIOLÈNCIA DE GÈNERE.

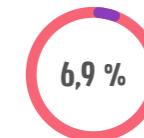


NO TOT ÉS NEGATIU, LA JOVENTUT AVANÇA EN IGUALTAT:

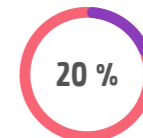
Des de 2017 fins a 2021, el percentatge de dones que es consideren feministes ha passat del 46,1% al 67,1% i el percentatge d'homes ha passat del 23,6% al 32,8%.

PERÒ

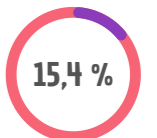
PERÒ S'HA D'ESTAR ALERTA PERQUÈ ELS DISCURSOS NEGACIONISTES ESTAN CALANT EN UNA PART IMPORTANT DE PERSONES JOVES, ESPECIALMENT ENTRE ELS NOIS:



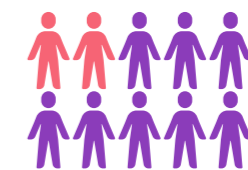
PROVOCADORES
Un 6,9% d'homes considera que les dones són les que provoquen la violència



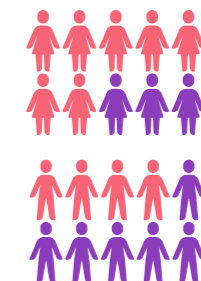
INVISIBILITZEN LES VIOLÈNCIES
El 20% consideren que és un invent ideològic inexistent.



NO ÉS UN PROBLEMA
El 15,4% opinen que no és un problema si la violència és de baixa intensitat.



"El 20% dels adolescents i joves homes (entre els 15 i els 29 anys) consideren que la violència de gènere no existeix i és només «un invent ideològic»."



Més de 7 de cada 10 dones joves consideren que les desigualtats són elevades; aquesta afirmació és acceptada només per 4 de cada 10 homes.

TESTIMONIS DE NOIES

«Quan vaig fer aquell tuit sobre el feminisme, va ser un noi el que em va posar que em violaria en una discoteca o no sé què.»

«Els comentaris més agressius i més dolorosos els fan els homes.»

«Alguns es fiquen amb tu i diuen: “però si no n’hi ha per tant, només era un acudit” o “però què hi fa si només és un acudit”. Encara que sigui un acudit, és un problema social.»

«A dia d’avui hi ha la llibertat d’expressió i esclar, doncs, no totes les opinions t’agradaran [...]. A les xarxes socials no plou a gust de tothom.»

«Jo he rebut missatges, i tots han sigut d’homes, amb contingut obscè.»

El masclisme sense complexos:

«Jo sí que he vist que abans la gent es tallava més. Almenys al meu entorn. Els costava moltíssim més fer discursos del tipus “sou totes unes boges” o “és que us ho inventeu tot” o fer bromes sobre violència de gènere. Abans els costava més [...]. Ara crec que se senten molt més envalentits per fer aquest tipus de discurs.»

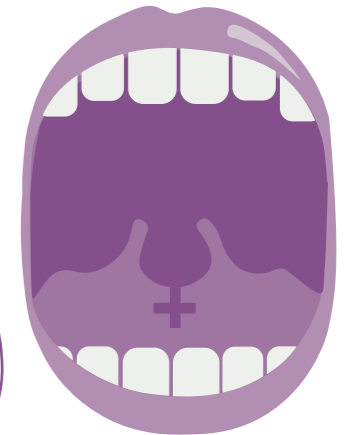
«Jo crec que hi ha gent que s’expressa així perquè sap que no estarà sol, que n’hi haurà d’altres que li donaran suport, i se sent lliure de dir el que vulgui i això fa que no sentin por per dir el que els doni la gana.»



5.3. PRINCIPALS RUMORS FALSOS I NEGACIONISMES MASCLISTES

Afirmació negacioniste:

**NI FEMINISME NI MASCLISME,
IGUALTAT.**



Respostes:

- El feminisme salva i el masclisme mata.»
- «El feminisme és igualtat.»
- «El masclisme no és igualtat, és una ideologia que considera els homes superiors a les dones.»
- «El feminisme defensa els drets humans de les dones i la igualtat de les persones.»
- «El feminisme vol transformar el sistema.»
- «El feminisme no està en contra dels homes, està en contra del masclisme que reproduceix la societat, i dins de la societat, dels homes que no volen perdre privilegis.»



Afirmació negacioniste:

“Aquestes diferències en capacitats (més grans en l'àmbit físic, molt petites en l'àmbit intel·lectual) i preferències (homes més sistematitzadors i orientats a coses, i dones més empàtiques i orientades a persones) expliquen les asimetries en la divisió del treball i els diferents rols familiars i socials”

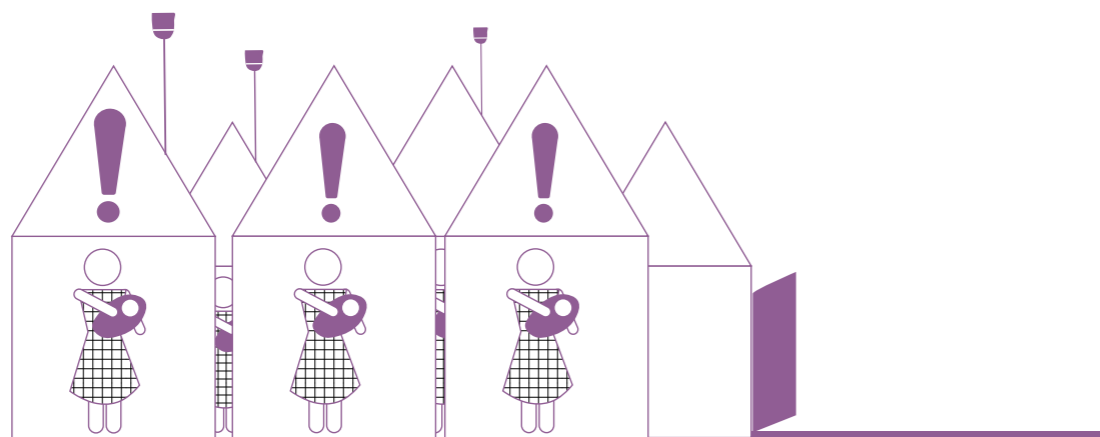
Resposta:

Segons la neurocientífica cognitiva Gina Rippon, no és el cervell humà el que està intrínsecament unit «al gènere», sinó el món i l'entorn en el qual creixem. Els subtils senyals sobre comportaments «masculins» i «femenins», des del moment del naixement, modelen els nostres comportaments i habilitats.

Font: [BBC](#)

Cap estudi científic rigorós ha pogut demostrar que els homes siguin més intel·ligents que les dones o que les dones siguin més intel·ligents que els homes. Evidentment, hi ha dones més intel·ligents que homes i homes més intel·ligents que dones, però, considerats globalment, no podem constatar la superioritat intel·lectual dels uns sobre els altres.

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

**Afirmació negacioniste:**

“La violència de gènere no existeix, és violència domèstica o intrafamiliar”.

Resposta:

- La violència de gènere és la violència que s'exerceix contra les dones, pel fet de ser-ho i de trobar-se en una situació de desigualtat promoguda pel patriarcat. Es pot desenvolupar en l'àmbit domèstic, o no.
- Els homes no poden patir violència de gènere, però sí violència domèstica: les causes de la violència domèstica no es basen en una desigualtat estructural, com les violències de gènere.
- Les causes de la violència de gènere i de la violència domèstica o intrafamiliar són molt diferents, i per això requereixen que es legislin de manera independent.

Resposta:

Les denúncies falses de casos de violència de gènere no han superat el 0,007% del total del milió i mig de denúncies presentades a Espanya al llarg de l'última dècada.

“El 80% de les denúncies per violència de gènere són falses.”

L'any 2020, segons dades de la Fiscalia General de l'Estat, no es va demostrar que cap de les més de 150.000 denúncies per violència de gènere fos falsa. A més, les dades de denúncies falses han sigut insignificants durant els últims onze cursos, en els quals només podem parlar d'entre 6 i 17 denúncies falses anuals.

Hi ha moltíssimes més denúncies falses associades a altres delictes, i no per això es deixa de protegir les víctimes d'aquests delictes. La denúncia falsa més freqüent és per robatori del telèfon mòbil.

Afirmació negacioniste:

«Si una dona denuncia la seva parella per violència de gènere, l'home aquella nit dorm al calabós»

Resposta:

Perquè una denúncia, de qualsevol tipus, pugui ser interposada contra una altra persona, primer la policia ha de considerar que hi ha prou indicis que el que es denuncia ha succeït. Només anirà al calabós si es demostra que hi ha hagut violència. El problema és el contrari, moltes vegades no es pot demostrar i la dona queda desprotegida.

“La majoria dels agressors són immigrants”,
“La cultura dels països de les persones immigrants és molt més masclista”.

Resposta:

Qualsevol cultura és masclista. La violència contra les dones i la discriminació vers elles existeixen a totes les cultures.

Segons l'Observatori contra la Violència Domèstica i de Gènere, el 2020, el 69,6% dels responsables de casos de femicidi eren espanyols i el 30,4%, estrangers.

ALTRES RECURSOS PER LLEGIR, VEURE I APROFUNDIR.

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

Lectura: La musa de Vox contra las feminazis

Lectura: La extrema derecha que dice defender a las mujeres

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

Vídeo: Mitos y realidades del feminismo



14 “El món i jo”

● Objectiu:

Treballar les emocions, vivències i reflexions al voltant de la socialització diferencial de gènere.

● Recursos necessaris:

Fulls DIN A3 i retoladors.

● Desenvolupament:

Pas 1. Es proposa que cada persona triï un lloc còmode i es col·loqui allà amb un full i retoladors. L'exercici consistirà a dibuixar-se a si mateixos, posant a dins del dibuix de la persona paraules o símbols que representin els aprenentatges, misatges i prescripcions basades en el gènere que han passat a formar part del seu ésser, de la seva vida. A fora de la figura, es farà el mateix amb consignes de gènere que ha sentit, però que no ha integrat.

Pas 2. Després, totes les persones que ho vulguin podran compartir la seva obra, sentiments i reflexions. S'intervé sense jutjar, simplement connectant les aparents coincidències, a les quals anem donant nom perquè puguem veure la influència del sistema patriarcal a les nostres vides, connectant allò personal amb allò polític, amb mirada de ciutadania global. És important deixar veure l'oportunitat de transformació personal i social.



1 HORA

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

15 Cada vegada som menys heterosexuales?



● Objectiu:

Identificar les estratègies que utilitzen les persones que fan discursos negacionistes basades en dades falses o fonts poc fiables.

Analitzar com els negacionismes també es basen en discursos d'odi.

● Recursos necessaris:

Ordinador, projector, pantalla i connexió a Internet.



2 HORES

● Desenvolupament:

Pas 1. Es recorden les característiques i estratègies de les persones que defensen discursos negacionistes (vegeu quadre annex a la pàgina 120) i se'ls demana que les tinguin presents quan vegin el vídeo.

Pas 2. Es visiona el vídeo [“Cada vez somos menos heterosexuales”](#)

Pas 3: Es plantegen les preguntes següents per tractar d'identificar les estratègies i eines que empren les persones que defensen les teories negacionistes. A mesura que es vagin plantejant les preguntes, aturem el vídeo o tornem a passar les parts a les quals fa referència cada pregunta.

Pregunta 1: Quines fonts aporta? Són fiables?

Claus per al professorat: C Com a fonts utilitzen un estudi realitzat a Anglaterra per una multinacional i un altre d'una universitat cristiana dels EUA. Aquestes dades són extrapolables a Espanya? Succeeix el mateix a tots els països del món?

Pregunta 2: Com analitza les dades? Hi ha alguna cosa que us hagi cridat l'atenció?

Claus per al professorat: Manipulació, ens fa centrar en les dades menys representatives

● Font:

Elaboració pròpia. (persones a les quals els atrauen persones del seu mateix sexe o bisexuals), quan els percentatges més alts són els de la població que es declara heterosexual. Arriba a la conclusió que és una tendència generalitzada en el món occidental, però en cap dels estudis que menciona s'arriba a aquesta conclusió.

Pregunta 3: Creieu que està intentant crear preocupació, por, entre la gent?

Claus per al professorat: Acaba parlant d'adocrinament de la joventut, de corrupció de menors. Diu que molts nois li han escrit, però com sabem que és veritat?

Pregunta 4: A qui presenta com a víctimes? Considereu que està transmetent un missatge discriminatori vers les persones homosexuals?

Claus per al professorat: Converteix en víctimes els que estan en una posició de poder (els heterosexuales).

- Realment es decideix ser homosexual, heterosexual, bisexual?
- Quin problema hi hauria amb què cada vegada hi haguessin més persones homosexuals?

16 Alerta amb el negacionisme de la violència de gènere!

● Objectius:

Conèixer els discursos negacionistes de la violència de gènere.

Entendre com els discursos negacionistes poden perjudicar les dones que han patit i pateixen aquest tipus de violència.

Aprendre a distingir què és violència de gènere dels altres tipus de violència que existeixen a la nostra societat.

Adquirir estratègies i eines per fer front als negacionismes.

● Recursos necessaris:

Connexió a Internet, ordinador, projector, mòbils o tauletes perquè l'alumnat pugui veure el vídeo tantes vegades com necessiti per contestar les preguntes que es plantegen.

● Desenvolupament:

Pas 1: Es repassen les definicions de violència de gènere i violència intrafamiliar perquè les diferències quedin clares. Expliquem també els principals arguments i estratègies d'aquest tipus de discursos negacionistes i donem els contraarguments. Aquests últims han de ser assimilats i consensuats amb el grup perquè no hi hagi dubtes quan es visioni el vídeo.

Pas 2: Es posa el vídeo: [Entrevista a Ortega Smith](#) (min 2:23 a 8:47)

Pas 3: Plantegem les preguntes següents. Es poden respondre conjuntament o fer grups perquè les treballin, i després comentar-les en una posada en comú. Pot ser que calgui repassar parts del vídeo.

- Quines afirmacions habituals en la negació de la violència de gènere hi trobeu?
- Quines estratègies i elements del negacionisme de la violència de gènere hi podeu identificar?
- Què us sembla el paper de l'entrevistadora? És correcte? Hauria d'haver tingut una altra actitud?
- Quines conseqüències pot tenir aquest tipus de negacionisme?
- Com explicaríeu a aquest home que no és el mateix la violència contra les dones que la violència intrafamiliar?



2/3 HORES

Font: Elaboració pròpia.

17 Youtubers amb discursos negacionistes de la violència de gènere i antifeministes

● Objectius:

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

- Crear argumentos que confronten el discurso negacionista.

● Recursos necessaris:

Ordinador, projector, pantalla i connexió a Internet.

● Desenvolupament:

Paso 1. Presentem l'activitat: expliquem que veurem un vídeo de dos youtubers famosos, Jordi Wild o Giorgio i Roma Gallardo. De forma prèvia, preguntem si ja els coneixen i si els agraden, i proposarem fer dos grups per buscar informació sobre qui són, quina és la seva activitat a les xarxes socials, els temes que tracten, etc. En grup, obrim debat: Quina opinió teniu sobre aquests youtubers? Creieu que poden ser fiables? Per què? Us ha semblat que els agrada cridar l'atenció creant polèmica?

Paso 2: Visionem els vídeos i detectem els arguments negacionistes. Es tracta d'identificar les estratègies i eines que empren les persones que defensen discursos negacionistes de la violència de gènere.

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

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

Paso 3: Crear arguments que desmuntin els negacionismes. Es pot proposar a l'alumnat que presentin els arguments que defensen l'existència de la violència de gènere i fer-ho en forma de joc de rol, en forma de mural, en forma de vídeo, etc. Com a conclusió es pot veure el vídeo "[Respuestas feministas para cuñaos](#)" Irantzu Varela i el de [Respondiendo al VÍDEO VIRAL de ROMA GALLARDO](#).



3 HORES



06

NEGACIONISMES DEL CANVI CLIMÀTIC

Malgrat l'ampli consens científic al voltant de les evidències del canvi climàtic, hi ha importants resistències polítiques, ideològiques i econòmiques que paralitzen iniciatives per afrontar l'escalfament global.

Aquestes actituds de rebuig a l'escalfament global són perverses perquè el seu objectiu principal és generar dubtes i enfosquir la veritat, de manera que les accions que es podrien emprendre per frenar el canvi climàtic en els diferents nivells queden bloquejades per la inacció.

L'increment de l'evidència científica fa cada vegada més insostenible negar la realitat, cosa que ha portat a experts conservadors i llibertaris a modificar les seves tàctiques. D'aquesta manera, han emergit grups poderosos que «neguen sense negar» el canvi climàtic. Sense negar que el planeta s'està escalfant, afirmen que les conseqüències negatives de l'augment de la temperatura s'exageren de forma alarmant. Qüestionar la gravetat del problema també alimenta la inacció.

Alexandria Ocasio-Cortez va parlar de climate delays el 2019: Són persones que semblen acceptar que s'ha de fer alguna cosa en relació amb el canvi climàtic, però que no sembla que en percebin la urgència. Aquestes persones no són gaire millors que les persones que neguen que existeixi el canvi climàtic. Ja no són «persones excèntriques» que neguen allò evident, sinó persones, empreses i institucions organitzades que volen impedir una transició que, d'altra banda, no es pot retardar més en el temps.

Font: [La Marea](#).



6.1. QUINES SÓN LES CAUSES I CONSEQÜÈNCIES DEL CANVI CLIMÀTIC I DE L'ESCALFAMENT GLOBAL?

El responsable del canvi climàtic és l'ésser humà i amb ell les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle que escalfen el planeta. El gas més conegut és el diòxid de carboni (CO₂), causant del 63% de l'escalfament global, però n'hi ha d'altres, com el metà o l'òxid nitrós.

LES 7 CAUSES PRINCIPALS

1 GENERACIÓ D'ENERGIA

La generació d'electricitat i calor mitjançant la crema de combustibles fòssils com el carbó, el petroli i el gas natural provoca una gran part de les emissions mundials. La major part de l'electricitat es continua produint amb combustibles fòssils; tan sols una quarta part prové de l'energia eòlica, la solar i altres fonts renovables.

2 PRODUCTES MANUFACTURATS

La indústria i el sector manufacturer generen emissions, sobretot a partir de la crema de combustibles fòssils, que permet obtenir l'energia necessària per produir ciment, ferro, acer, materials electrònics, plàstics, roba i altres béns. La mineria i altres processos industrials també alliberen gasos.

3 TALA DE BOSCOS

La tala de boscos per crear granges o pastures, o per altres motius, provoca emissions, ja que els arbres, quan els tallen, alliberen el carboni que han estat emmagatzemant. Com que els boscos absorbeixen diòxid de carboni, destruir-los també limita la capacitat de la natura per mantenir les emissions fora de l'atmosfera.

4 TRANSPORT

La majoria dels cotxes, camions, vaixells i avions funcionen amb combustibles fòssils. Això fa que el transport sigui un dels principals responsables dels gasos amb efecte d'hivernacle, especialment de les emissions de diòxid de carboni. Els vehicles de carretera n'emeten la major part, però les emissions dels vaixells i els avions continuen creixent.

PRODUCCIÓ ALIMENTÀRIA

5

La producció d'aliments requereix energia per fer funcionar els equips agrícoles o els vaixells de pesca, generalment amb combustibles fòssils. Els cultius també provoquen emissions quan utilitzen fertilitzants i fems. El bestiar produeix metà, un potent gas amb efecte d'hivernacle. I les emissions també procedeixen de l'envasat i la distribució d'aliments.

Si la població europea consumís la meitat de la carn que consumeix, estaríem estalviant al planeta Terra entre un 25% i un 40% d'emissions amb efecte d'hivernacle.

6

SUBMINISTRAMENT ELÈCTRIC ALS EDIFICIS:

En termes mundials, els edificis residencials i comercials consumeixen més de la meitat de l'electricitat. En continuar recorrent al carbó, el petroli i el gas natural per a la calefacció i la refrigeració, emeten quantitats importants de gasos amb efecte d'hivernacle.

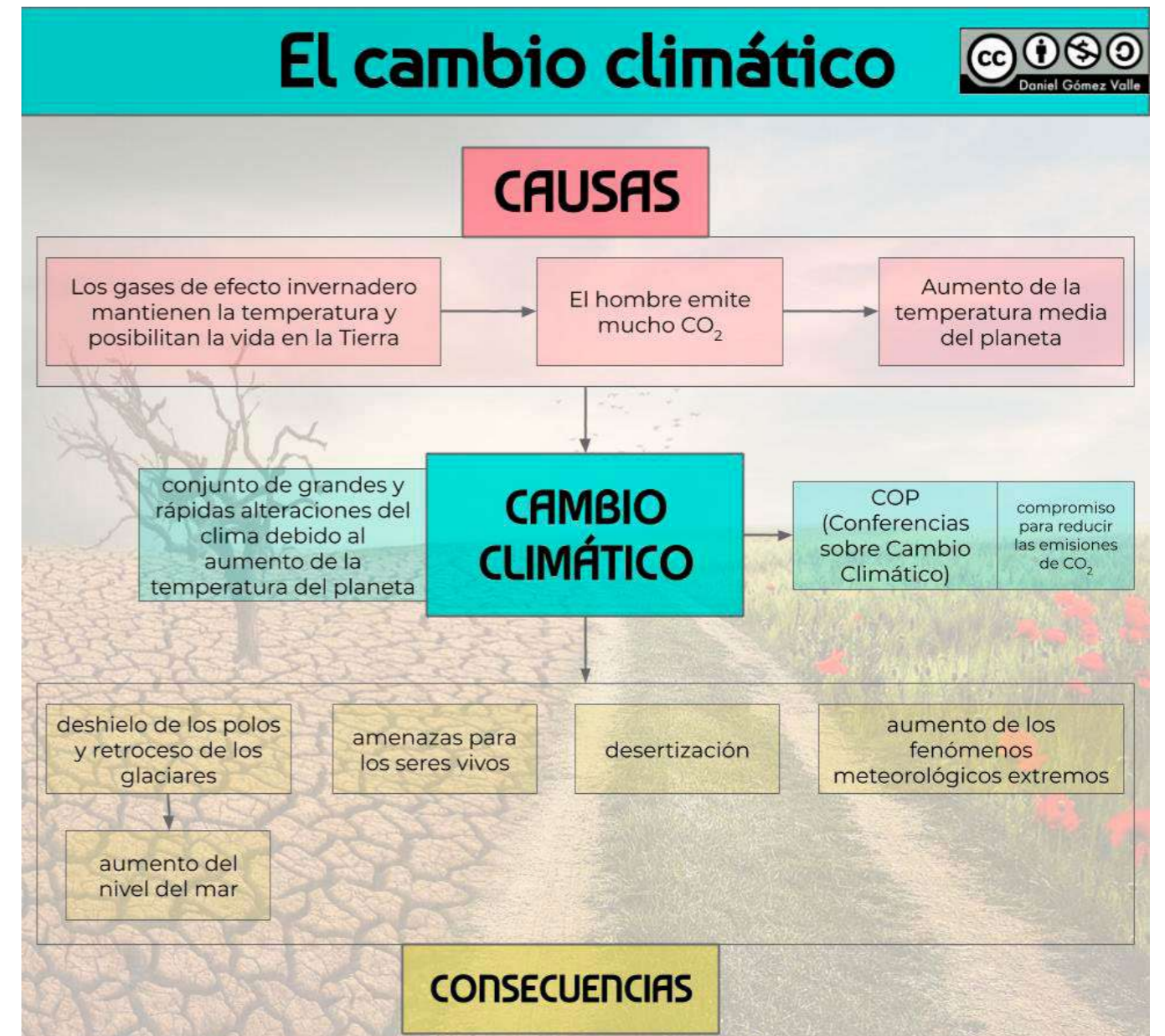
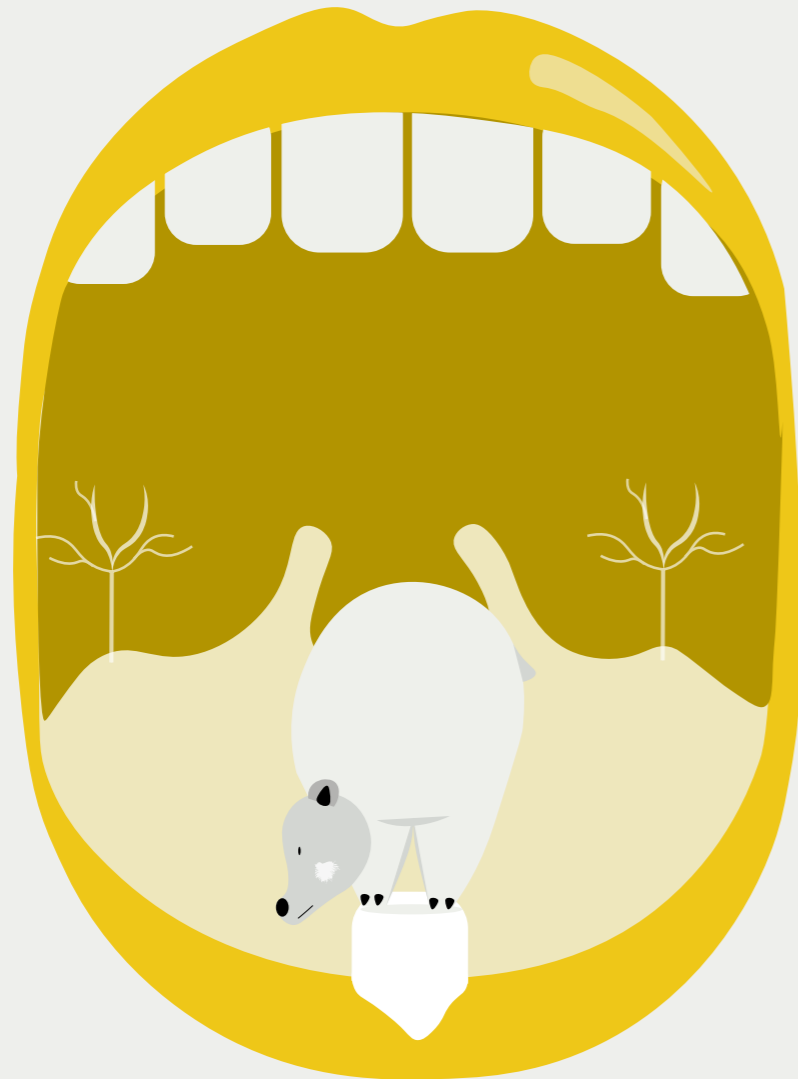
CONSUM EXCESSIU

7

Casa teva i com utilitzes l'energia, la forma com et desplaces, el que menges i la quantitat de deixalles que lences contribueixen a les emissions de gasos amb efecte d'hivernacle. També ho fa el consum de béns com la roba, l'electrònica i els plàstics.

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





6.2 ACCIONS PERSONALS I GLOBALS QUE POTS DUR A TERME PER FRENAR EL CANVI CLIMÀTIC



- Aprofita la llum natural.
- Redueix, recicla i reutilitza.
- Porta bosses de roba a la compra.
- Utilitza el transport públic. Condueix menys.
- Redueix el temps sota la dutxa.
- Apaga els dispositius que no utilitzes.

"PARTICIPA EN MOBILITZACIONS DEL CLIMA PER A CANVIAR L'AGENDA POLITICA I ECONOMICA A NIVELL LOCAL, NACIONAL I INTERNACIONAL".



- Tria productes de temporada.
- Evita l'excés d'embalatge.
- Utilitza bombetes de baix consum.
- Utilitza energies renovables.

NO HI HA UN PLANET B



II JUSTÍCIA CLIMÀTICA JA!!!

- Pensa en verd.
- Redueix el consum d'aigua.
- Compra productes locals.

I HI HA MÉS PLÀSTIC QUE SENTIT COMÚ!

- Menja menys carn.
- Moda ecològica.
- Cuida els boscos.



6.3 QUI ES BENEFICIA DEL NEGACIONISME DEL CANVI CLIMÀTIC?

La planificació i intervenció en el sistema energètic que requereix el canvi d'ús d'energies fòssils, causants del canvi climàtic, per energies que no emetin gasos amb efecte d'hivernacle, com l'energia eòlica i la solar, són el principal camp de batalla dels que neguen l'existència d'un canvi climàtic.

«L'ecologisme és un moviment polític: El seu objectiu és frenar el progrés de la civilització occidental, obligant els individus i les empreses a reduir o deixar d'emprar una font d'energia que és la més barata i la més útil.» Domingo García, president de l'Asociación Internacional para el Avance del Objetivismo.

«A la nostra fundació entenem que hi ha una posició exagerada sobre el canvi climàtic, no tenim clar que sigui causat exclusivament per l'acció humana, i el que pensem, en qualsevol cas, és que la qüestió del clima no es pot convertir en una excusa per reduir la llibertat econòmica ni perquè hi hagi més intromissió dels estats en els mercats.» Juan Pina, secretari general de la Fundación para el Avance de la Libertad.

«Les companyies de combustibles fòssils més poderoses han invertit 251 milions d'euros per pressionar la Unió Europea per endarrerir o bloquejar les polítiques climàtiques des de 2010, inclosos ExxonMobil i Shell.» Informe de l'Observatorio de Europa Corporativa, Food & Water Europe, Friends of the Earth Europe i Greenpeace.

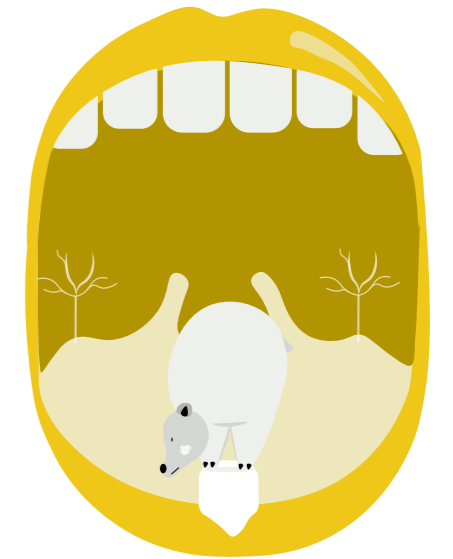


Fotograma del vídeo 'La verdad sobre el cambio climático: [Te MINTIERON en la escuela](#)', els negacionistes del canvi climàtic reblen el clau. I el [Y el vídeo respuesta Dalas Review](#).

6.4. EXEMPLES DE NEGACIONISME DEL CANVI CLIMÀTIC MÉS HABITUALS:

Afirmació negacionista.

"S'HAN PRODUÏT ALTRES CANVIS CLIMÀTICS AL LLARG DE LA HISTÒRIA DE LA TERRA".



Resposta:

Per descomptat, els registres són evidents. Tanmateix, afirmar que les persones no són la causa del canvi climàtic actual és com argumentar que no podem causar incendis forestals perquè els llamps ja els provocaven en temps passats.

Afirmació negacionista:

"Com pots dir que s'està produint un canvi climàtic si fa fred?"

Resposta: Menys fred no significa mai fred.

Els dies freds, les pluges i la neu tindran lloc amb menys freqüència a mesura que el planeta s'escalfi, però no desapareixeran. Des de 1950, els dies calorosos s'han tornat més comuns, i els dies freds són menys freqüents a tot el món.

Afirmació negacionista:

“El canvi climàtic és un procés natural: els éssers humans no en són responsables”

(Versió descafeïnada del negacionisme: existeix, però no hi tenim cap mena de responsabilitat)

Resposta:

- Està científicament comprovat que el principal mecanisme implicat en el canvi climàtic i l'escalfament global és l'efecte d'hivernacle. Hi ha una relació inefable entre l'acumulació d'aquests gasos a l'atmosfera en temes planetaris i l'augment de la temperatura global.

Afirmació negacionista:

“No tota la comunitat científica confirma el canvi climàtic”

Resposta:

El 97% de la comunitat científica coincideix en l'existència del fenomen i en el motiu pel qual s'està produint: l'activitat humana.

Afirmació negacionista:

“No n'hi ha per tant si només són un parell o tres de graus.”

Resposta:

Sí, dos graus a nivell global impliquen conseqüències molt greus: sequeres més acusades, onades de calor més accentuades, pluges més intenses i més mal distribuïdes en el temps, inundacions, huracans cada cop més violents; l'escalfament dels mars i la mort dels esculls de corall, el desgel de les glaceres, l'augment dels deserts; hi ha un milió d'espècies en risc, augmenta la inseguretad alimentària i, amb això, els desplaçaments de la població, etc. Pensa-hi, la diferència entre zero i un grau centígrad és la diferència entre el gel i l'aigua.

Les llars de 200 milions de persones estaran per sota del nivell del mar d'aquí a 70 anys. [\(National Geographic\)](#)

ACTIVITAT 18
 Vegeu pàgina 98.

QUÈ PASSA AMB EL CANVI CLIMÀTIC?

ALTRES RECURSOS PER LLEGIR, VEURE I APROFUNDIR.

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



18 Què passa amb el canvi climàtic?

Objectius:

Conèixer els principals arguments del negacionisme del canvi climàtic i les respostes per desmuntar-los.

Recursos necessaris:

Ordinador, projector, pantalla i connexió a Internet.

Desenvolupament:

Pas 1. Comencem explicant en què es basa el negacionisme del canvi climàtic, a qui beneficia i quins són els seus arguments principals.

Podem utilitzar el vídeo següent per conèixer els exemples més habituals i les respostes de la comunitat científica majoritària: 5 ARGUMENTOS frente al NEGACIONISMO del cambio climático.

Pas 2. A continuació, visionem aquest vídeo: Los negacionistas o cómo relativizar el impacto del cambio climático. (LaSexta columna).

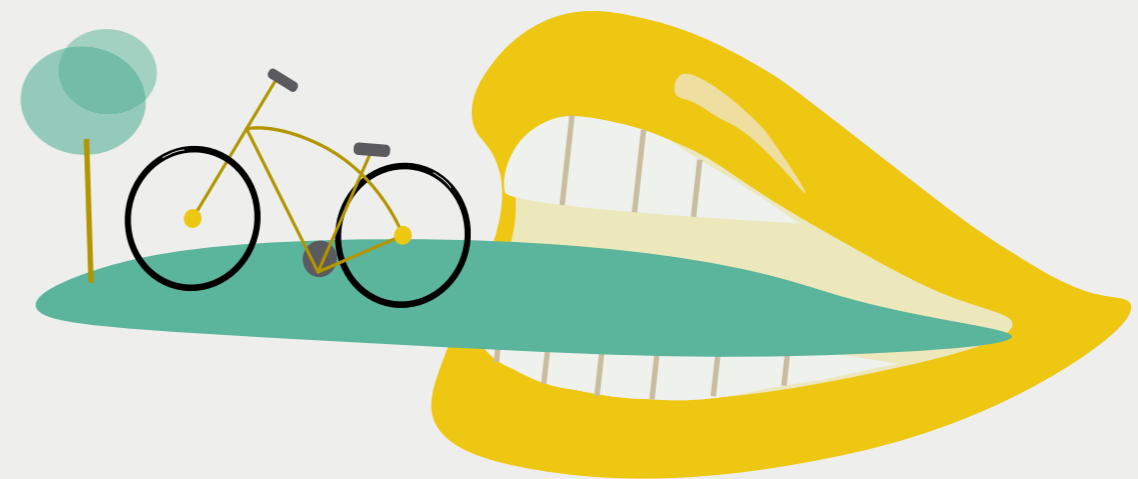
Pas 3. Debat.

Coneixíeu aquest tipus d'afirmacions negacionistes del canvi climàtic? Crèieu que alguna d'elles era certa? Quina o quines? Què opineu ara? Quines conseqüències pot tenir en la població difondre rumors falsos sobre el canvi climàtic?



2 HORES

Font: Elaboració pròpia.



07

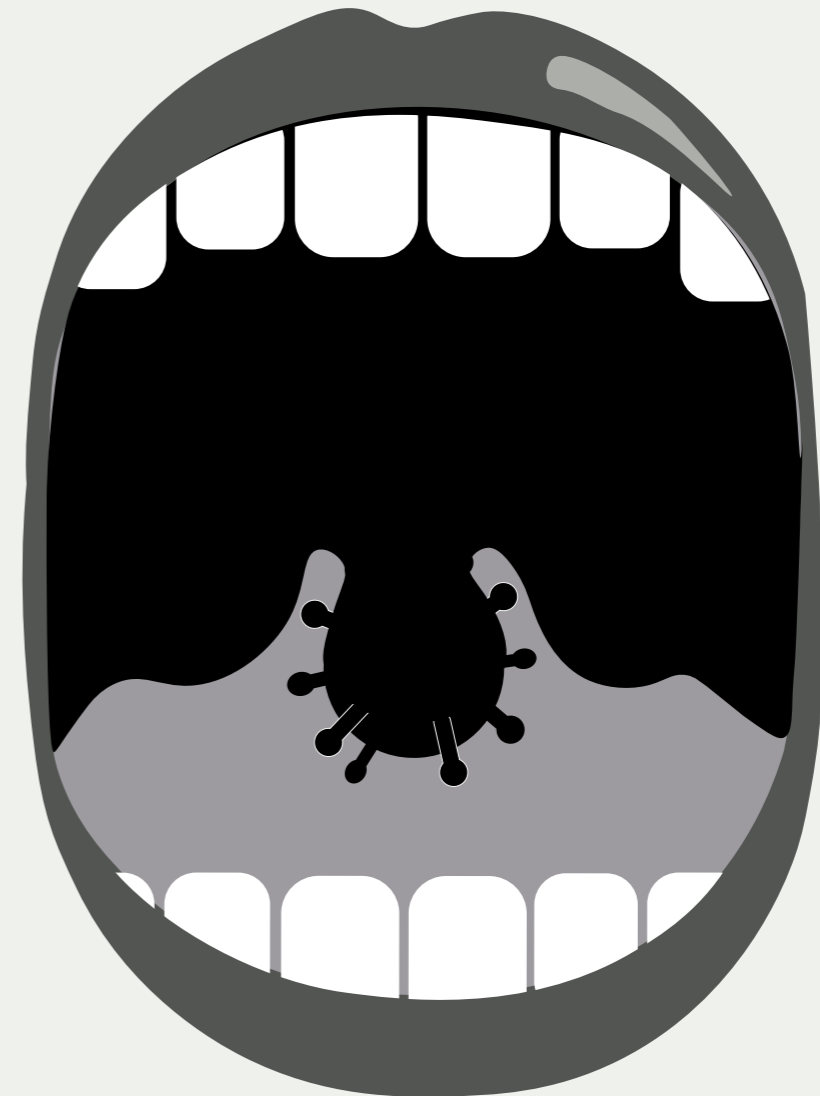
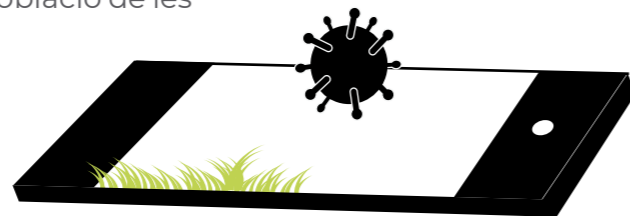
NEGACIONISME DE LA COVID-19

7.1. Infodèmia

La infodèmia o excés d'informació, que ens porta a la incertesa sobre què creure, així com a la desinformació, ha arrasat durant la pandèmia de la covid-19. Les xarxes socials fa anys que són el camp de cultiu de notícies falses (fake news, en anglès), rumors falsos i idees conspiranoiques d'uns quants. Però amb la pandèmia global, plataformes com Twitter, YouTube, Facebook i Instagram, i també les aplicacions de missatgeria com WhatsApp o Telegram, han connectat els cinc continents alimentant els discursos negacionistes i el rebuig de mesures que els diferents governs implantaven per aturar un virus desconegut.

Missatges i vídeos que qüestionen la utilitat de les mesures sanitàries, les vacunes o que el mateix virus existeixi, han farcit les xarxes socials des de l'inici de la pandèmia fins a l'actualitat.

Si bussegem una mica trobem des d'influencers que qüestionen que la mascareta serveixi d'alguna cosa o que afecti els altres si no es porta, fins a vídeos de persones amb bata blanca que rebutgen la validesa de les proves PCR o de les vacunes. Es tracta d'un moviment que es val de les xarxes socials per convèncer la població de les seves idees.



7.2. QUI ES BENEFICIA DEL NEGACIONISME DE LA COVID-19?

Venda de tractaments alternatius no testats científicament: Les pàgines de referència dels moviments antivacunes estan plenes d'opcions i ofertes de venda directa (sense control sanitari ni prescripció mèdica) de tractaments per a gairebé totes les dolències conegudes o per conèixer (no només la covid-19) que no s'han testat prèviament.

Compensacions milionàries: Reclamar efectes secundaris greus atribuint-los a la vacunació de la covid-19 (o a qualsevol altra vacuna) amb arguments diversos: investigació insuficient, introducció prematura, riscos potencials encara no observats, interessos comercials, etc.

Xarxes socials: Les persones que reaccionen a un missatge antivacuna fàcilment es poden convertir en grups d'interès electoral, en possibles clients de medicines alternatives, en consumidors d'algun producte real o polític, etc. La gestió d'aquestes bases de dades (desenes de milions de contactes a l'abast de la propaganda d'un producte) és, en realitat, una de les conseqüències de compartir un tuit o d'acceptar un comentari aparentment banal.

Minut de glòria: Les posicions tremendistes contra la vacunació o contra les vacunes han encimbellat per uns minuts personatges molt variats que han retingut l'atenció del públic i els mitjans de comunicació. Del curandero convencional als tertulians, o fins i tot algunes persones professionals de la salut. Anar a contracorrent és un ham irresistible per als mitjans de comunicació, fàcilment presentable com a «democràcia informativa» i «respecte a totes les opinions».

ACTIVITAT 19

Cert o rumor fals?
Descarrega'l a: [aquí](#).



7.3. EXEMPLES DE NEGACIONISME DE LA COVID-19



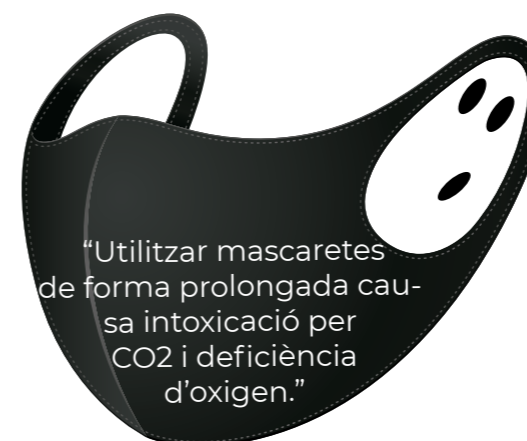
Afirmació negacionista: “Prendre suplementes de vitamines i minerals cura la covid-19”.

Resposta: No hi ha cap evidència que suggereixi que el consum d'aquest tipus de suplementes sigui un tractament efectiu per tractar el coronavirus.

Afirmació negacionista:



Resposta:



El personal sanitari fa dècades que les utilitza i està demostrat que no poden provocar intoxicacions per CO2 ni generar insuficiència d'oxigen en el nostre organisme. La mascareta és un dels mecanismes més eficaços per evitar la transmissió de tots els virus que es transmeten per via respiratòria.

Afirmació negacionista: “La pandèmia ha sigut provocada per l'expansió del 5G”

Resposta: “Els virus no poden viatjar per les ones de ràdio ni les xarxes de mòbil”, afirma l'OMS, indicant que el virus s'ha estès en molts països sense xarxes de mòbil 5G.

Afirmació negacionista: “I virus ha sigut creat en un laboratori per reduir la superpoblació mundial”.

Resposta: La realitat és que l'origen del SARS-CoV-2 continua sent un misteri. Fins ara la comunitat científica coincideix a l'hora d'assenyalar com l'origen més probable del virus una zoonosi, és a dir, un virus que es transmet de forma natural dels animals als éssers humans i viceversa.

Afirmació negacionista: “Les vacunes contenen microxips per controlar-nos.» O bé «Són un mètode per esterilitzar la població.» Etc., etc., etc.

Resposta: Més enllà del debat que puguin suscitar les vacunes, l'eficàcia de les quals podem comprovar més a mitjà termini, aquest tipus d'arguments estan creats per persones que s'obsessionen amb una teoria de la conspiració que fa que se sentin «escollides», «més sàvies» que la resta, i que se sentin part d'una comunitat especial que va a contracorrent, etc.



08

ANIMEM L'ACTIVISME JOVE

Canviem de marc

El repte que tenim és el de construir alternatives radicalment diferents a allò que coneixem i trobar una narrativa diferent i transformadora, que no es pugui corrompre amb les postures negacionistes i els discursos d'odi. **NECESSITEM MARCS, PERÒ DELS BONS**, en els quals es propaguin valors a favor de la igualtat, de la justícia global, de les cures, del medi ambient, de la defensa dels drets, etc.

Els marcs cognitius són models que utilitzem per entendre la realitat. Moltes vegades, els marcs que tenim, que hem après, limiten la nostra capacitat d'imaginar alternatives. Però els marcs són construccions i, per tant, es poden canviar. Com?

1

Identifiquem les persones que són **LOVERS**, ja convençudes, les **HATERS**, amb opinions inamovibles, i les **AMBIVALENTS**, que poden canviar la seva posició (i el seu marc).

2

Identifiquem els discursos que hi ha i que remetem a marcs no transformadors, com tots els negacionismes que hem vist en aquesta guia.

3

Construïm narratives completament alternatives i les difonem.

ACTIVAT – ACTIVA EL TEU ENTORN



8.1. QUÈ PODEM FER? TIPUS D'ACTIVISME

Activista és algú que s'implica i participa en una campanya a favor del canvi, normalment en qüestions polítiques o socials. Els i les activistes transformen els missatges d'odi en esperança. Sensibilitzen i consciencien.

Hi ha diverses maneres de ser activista i podem actuar participant a través del voluntariat en diferents organitzacions: ONGD, associacions de la nostra ciutat o barri (juvenils, de suport a les persones migrants, feministes, ecologistes, animalistes, etc.); o fins i tot podem crear una organització pròpia.

Els objectius principals de l'activisme solen ser:

- La presa de consciència sobre un problema (canvi climàtic, discriminacions per raó de gènere, ètnia, problemàtiques que afecten el nostre barri o poble, etc.).
- Atraure altres persones a una causa.
- Fer veure a la classe política o als que hi ha al poder que la gent els està observant.

8.1.1. Activisme de carrer:

Aquest tipus d'activisme es pot dur a terme a través de diferents iniciatives, com ara accions públiques, teatre al carrer, marxes de protesta, recollida de signatures, segudes, organització de jornades o fins i tot d'esdeveniments festius, etc.

Si volem organitzar una acció pública, hem de tenir en compte la importància de fer alguna cosa que atragui l'atenció: fer riure a la gent, o aturar-se i sorprendre's. La nostra intenció és que, almenys, la gent parli o reflexioni sobre el tema en el qual se centra la nostra acció.

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

LA
PEDAGOGIA
DIÀRIA

- Sensibilitza el teu entorn sobre el problema de la desinformació.
- Difon les dades reals i les enquestes que es desenvolupen al voltant de determinats temes.
- Prepara't una motxilla d'arguments i dades per rebatre les idees negacionistes amb què topis en el dia a dia.

ACTIVITAT 20
Vegeu pàgina 114.

CONEIXEM LA MOBILITZACIÓ SOCIAL

8.1.2. Ciberactivisme:

Les xarxes socials són un entorn ideal per aportar opinions sobre una situació social en la qual es busca generar un canvi positiu. Tanmateix, a plataformes socials com Facebook, Twitter, YouTube o Instagram, també sorgeixen missatges agressius i discriminatoris generats per haters (odiadors/ores) o trols, que són capaços d'obtenir una gran difusió. Per aquest motiu és important l'entrada en el terreny del ciberactivisme.

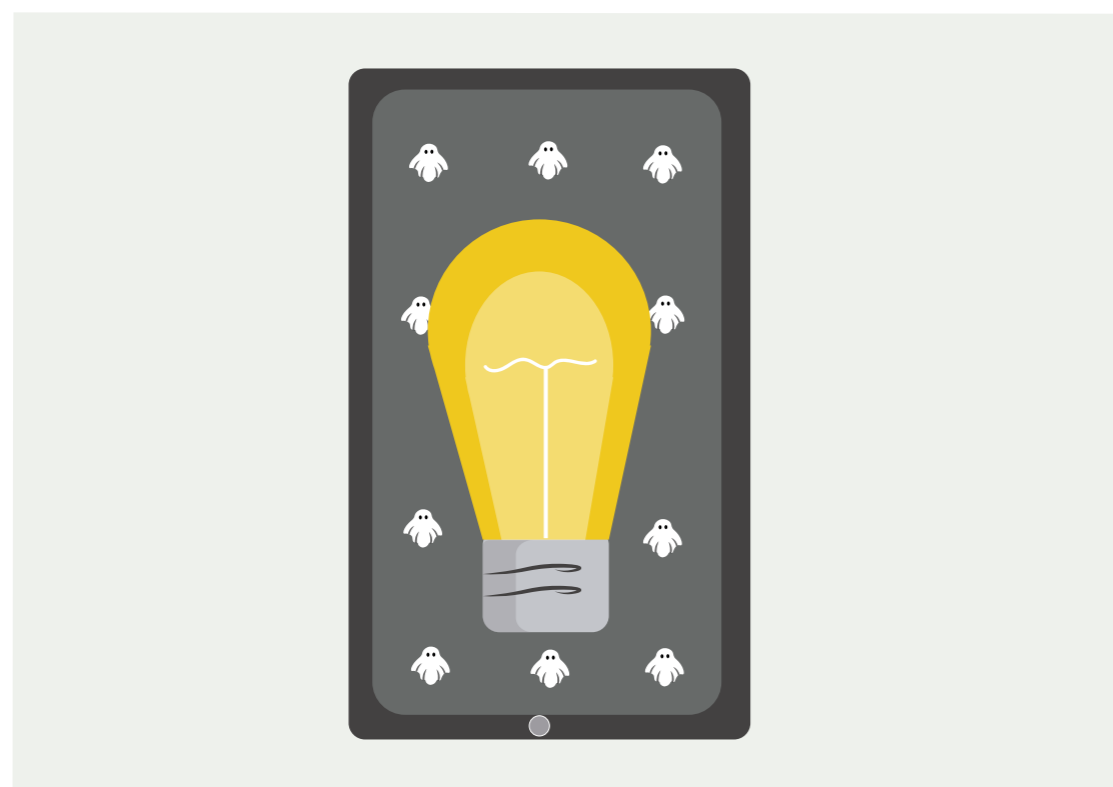
Si ets ciberactivista podràs actuar davant de l'odi, els negacionismes i la polarització a través de les xarxes socials, les pàgines web, allà on es detecti una notícia falsa o una redacció poc adequada, o en els fòrums de notícies on circulen sovint missatges violents o de contingut discriminatori.

Ser ciberactivista és mobilitzar-se activament per la defensa dels drets humans i és una forma d'incidir amb un enfocament de ciutadania global que pots dur a terme des de l'ordinador o el mòbil.

¿Com ho faig?

PRIMER, PENSA:

Abans d'escriure un missatge a les xarxes socials, pensa. El contingut pot ferir una persona o col·lectiu? El missatge té contingut o expressions violentes, masclistes o denigrants? El que dius a través de les xarxes socials o en fòrums de notícies és el mateix que diries a una persona a la cara?



DESPRÉS, ACTUA:

Talla la cadena i no difonguis discursos d'odi, negacionistes o notícies falses.

Crea i difon notícies positives: Posts (missatges, notícies, comentaris) o continguts basats en informació real, des de l'empatia, la igualtat i la solidaritat.

Respon: Si en els murs de les teves amistats observes publicacions nocives que et puguin afectar a tu o altres persones, contesta des del respecte i amb arguments verços que desmuntin la seva teoria.

Difon en positiu. No només responem, creem nous marcs: Difon i comparteix informació rellevant i exemples que ajudin a visibilitzar de manera positiva els grups que són atacats per haters.

Denuncia: Quan vegis un missatge clarament xenòfob, misogin o de ciberodi, fes una captura de pantalla del comentari i del perfil de l'usuari o usuària, guarda la imatge i denuncia el contingut ofensiu a la mateixa xarxa social. També en els diferents observatoris de l'odi que existeixen.



ALERTA! PROTEGEIX-TE DELS PERILLS DE LES XARXES

Protegeix la teva identitat: En el nostre perfil no hem de donar mai dades personals com el nom complet, l'adreça, el telèfon, on estudiem, etc.

Protegeix el teu compte perquè només tinguin accés als teus continguts les persones que tu coneixes.

Crea un compte exclusiu per al ciberactivisme, i no la relacionis amb res personal. Pots treballar en grup.

Para atenció als perfils falsos. És millor no parlar amb persones desconegudes, no sabem qui hi ha al darrere.

És millor que no pengis fotografies, tingues en compte que es poden manipular i utilitzar en contra teu. A més, les podrà veure gent que tu no coneixes i d'aquí a uns quants anys, quan potser ja no t'interessi que et vegin en un lloc determinat o amb una gent determinada.

Si t'ataquen, no entris en polèmica, bloqueja les persones que et molestin, denuncia-ho al servei de seguretat de les xarxes socials i, si és necessari, tanca el compte de ciberactivista.

Si vols ampliar:
Guía Save a Hater. Injuve

8.2. REFERENTS FEMINISTES I DE LLUITA CONTRA EL CANVI CLIMÀTIC A LES XARXES SOCIALS

En aquest apartat et proposem, com a estratègia didàctica, comptar amb persones que són referents a les xarxes i que estan posicionades en les temàtiques que ens interessa treballar. Com hem comentat al començament d'aquesta guia, utilitzar les xarxes i persones influencers ens permet connectar amb el món i els interessos de les persones joves, cosa que ens facilita el camí per traslladar els missatges que volem fer arribar. És molt important, abans de treballar amb aquests referents en una sessió, explorar bé totes les opcions i veure realment quins d'ells s'adapten tant a les persones que hi ha al nostre grup com als objectius de la sessió. A més a més, moltes de les persones influencers que proposem tenen molts materials diferents, i és molt important fer una bona selecció prèvia d'allò que s'adapta a les necessitats de cada sessió.

Podem fer-ho de diverses maneres:

Descobrir amb el grup els materials (articles, vídeos, etc.) d'aquestes persones per introduir determinats temes o aprofundir-hi.

Proposar seguir-los de forma quotidiana per estar al dia de les novetats i compartir-les en el nostre grup o a les xarxes socials.

Animar a descobrir i difondre les seves creacions, vinyetes, escrits, vídeos, etc., quan s'adiguin als nostres objectius.

Prendre'ls com a referència per crear els nostres propis projectes d'activisme o ciberactivisme: elaboració de vídeos semblants; propostes de mobilització al nostre centre, associació o barri; publicació de posts, etc.

- Investigar i descobrir referents nous.

- I en definitiva, inspirar-se en les seves accions i discursos, sempre de manera crítica i aplicant el nostre propi marc.

A continuació trobaràs una llista d'influencers i referents que et pot ajudar, però és molt interessant que localitzis també els grups i referents que hi ha a la teva zona i que mantenguin les persones joves amb les quals treballas.



8.2.1. Referents feministes

Tik toker feministes:

Una referent feminista a TikTok: [Carla Galeote](#).

Alguns exemples de joves que utilitzen TikTok per fer activisme:

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

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

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

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

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

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

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

Youtubers feministas:

[Psico Woman](#). Isa Duque, sexòloga i terapeuta sistèmica familiar. El canal de YouTube Psico Woman, juntament amb les seves xarxes socials (Facebook i Instagram) ens ofereix continguts sobre molts temes diferents que són interessants i d'actualitat entre la gent jove.

[Henar Álvarez](#). Influencer feminista que diu les coses clares. La trobes a [Buenismo Bien](#) y i a les xarxes

[Feminista Ilustrada](#). La María Murnau és activista feminista, escriptora, il·lustradora i també es dedica a fer conferències i tallers per tot el país. Té molts vídeos sobre sexualitat i feminisme.

[El tornillo de Irantzu Varela](#). Publica vídeos d'entre 4 i 6 minuts a la plataforma de Pùblico, i pot ser interessant per treballar temes concrets relacionats amb el feminisme.

En Instagram:

[Femme Sapiens](#). L'Helena Sotoca és al darrere de Femme Sapiens, un compte que conjumina art i feminisme. La seva creadora reinterpreta obres clàssiques, afegint-hi textos i unes captions feministes. T'encantaran.

[La Fluorra](#). Un toc d'humor. Via mems i collages, La Fluorra tracta temes com la salut mental, les relacions afectives... i fa crítica social, sempre amb perspectiva de gènere.

[Moderna de Pueblo](#). Raquel Córcoles, periodista, il·lustradora i escriptora. La trobem al darrere d'aquest compte que, a més d'altres qüestions actuals, aborda activament problemàtiques que afecten les dones, com ara l'assetjament al carrer, la violència obstètrica o els sostres de vidre, etc., a través de còmics i il·lustracions.

[Feminismoen8bits](#). Un compte molt original. La seva creadora, la Laura, analitza videojocs des d'una perspectiva feminista interseccional.

[Sindy Takanashi](#). "No se m'acaba de posar bé la realitat de les dones i nenes», diu el perfil de la Sindy Takanashi, que en el seu compte aborda qüestions rellevants per al feminisme com la prostitució, l'avortament o la violència de gènere.

Joves per la igualtat:

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

L'activisme feminista també és cosa d'homes:

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

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

I molts més grups: identifica els que hi ha al teu territori.

Altres exemples d'activisme a les xarxes:

Joves actuant per desconstruir la concepció social i cultural de gènere. InteRed Catalunya, a [Ver en Youtube](#).

Asamblea feministas IES Félix de Azara. Adolescencias y cuerpos, a [Ver en Youtube](#)

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

Proyecto Youtubers por la Igualdad:

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

○ [Es tu vida, manéjala tú.](#)



8.2.2. Referents contra el canvi climàtic

Tiktokers pel canvi climàtic:

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

Fridays for future (busca en tu territorio):

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

Grans referents:

Greta Thunberg: [#gretathunberg](#) és una activista ambiental sueca, centrada en els riscos plantejats per l'escalfament global. Thunberg ha inspirat multitud de joves en el que s'ha descrit com l'«efecte Greta Thunberg».

Hope! [Vídeos para el cambio](#) Influencer constant amb multitud de publicacions que expliquen el canvi climàtic i els efectes que té.

Marta Canga Defensora i influencer de la moda sostenible, la Marta és una petita ment conscienciada amb la responsabilitat que tenim com a ciutadanes i ciutadans a l'hora d'intentar fer del nostre planeta un món millor.

Extinction Rebellion: [Rebelión Global](#) és un moviment internacional i políticament no partidista, descentralitzat, que utilitza l'acció directa no violenta i la desobediència civil per persuadir els governs que actuïn amb justícia en l'emergència climàtica i ecològica.

Javier Peña: El projecte [Hope Revolution](#) té com a missió traduir el coneixement científic sobre el clima i l'ecologia en vídeos curts, rigorosos però comprensibles per qualsevol.

Mariana Matija Com ella mateixa es defineix, Presidenta del club de fans del planeta Terra. Actitud Eco davant la vida que comparteix a través d'Instagram, participació en pòdcasts i unes estupendes il·lustracions.

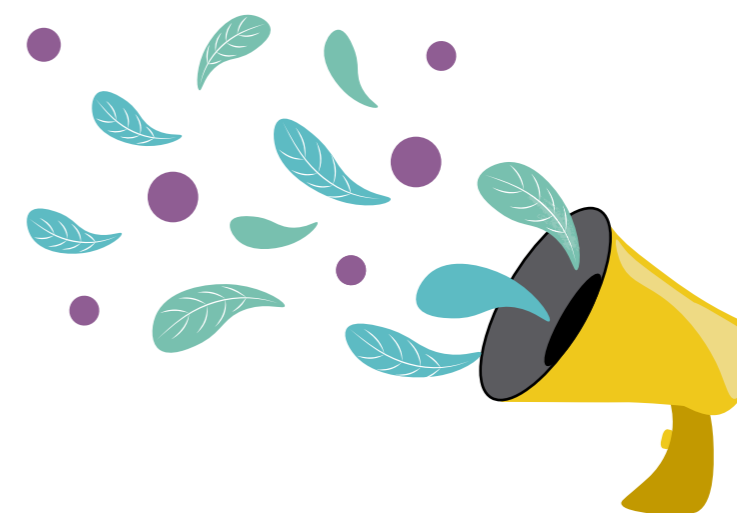
Carlota Bruna Activista pels animals i la defensa del medi ambient, la Carlota comparteix sovint les seves reflexions i inquietuds sobre el canvi climàtic a les seves publicacions.

ACTIVITAT 22
Vegeu pàgina 116:

PLUJA D'IDEES I ORGANITZACIÓ D'UN GRUP DE CIBERACTIVISTES

8.3. Bones pràctiques

- **Save Haters:** Eines, informació, vídeos i enllaços per combatre el racisme, la xenofòbia, la misogínia, l'homofòbia i la propagació de contingut fals. Ajuda'ns a salvar-los.
- **El contestador:** A tuits necis, respostes clares. Rumors falsos sobre diferents temes als quals es respon.
- **Ciberresponsales:** Promou la participació infantil a través d'un espai segur a Internet on nens i nenes són altaveus de la seva realitat. Genera processos a través de les tecnologies de la informació i la comunicació, amb un enfocament marcat pels drets de la infància.
- **Orientaciones:** manual per a combatre el discurs d'odi en internet a través de l'educació en drets humans.
- **Kit Ciberactivista** Material presentat com un manual senzill, amè i directe que conté idees, exemples i recursos per dur a terme accions a les xarxes i amb el qual, de manera individual, cadascú es pugui implicar i fer coses per fomentar un bon ús d'Internet des de casa seva, la feina, l'institut, les seves xarxes socials, el web, etc., i moure el missatge #navegaenpositivo.
- **Hate Blockers:** Agents de canvi per frenar la corba de l'odi a les xarxes socials.
- **Enrédate sin machismo** Projecte de prevenció de violència masclista en joves i adolescents implementat per la Unitat d'Igualtat del Consell de Tenerife. Materials didàctics en línia i fora de línia.
- **GUÍA DE RECURSOS de la Junta d'Andalusia:** Per a professionals que treballen amb adolescents (nois) les masculinitats no violentes.



20 Coneixem la mobilització social

Objectius

Motivar la joventut a actuar per transformar el nostre entorn, basant-nos en els canvis que s'han donat gràcies a la mobilització social i la incidència política al llarg de la història. Conèixer què és la mobilització social i quines formes hi ha de materialitzar-la.

Recursos necessaris:

Papers grossos i retoladors o pissarra, i [Presentación sobre la movilización social](#). Es possible modificar esta presentación y adaptarla a las características de cada contexto.

Desenvolupament:

Amb la presentació suggerida, podem començar una explicació sobre què és una mobilització social, per a què serveix, contextualitzant-la amb exemples històrics coneguts que han aportat millores en els drets humans. Recordem que, encara que aquesta presentació sigui expositiva, podem fer preguntes generadores que facilitin la construcció col·lectiva del coneixement. Analitzarem com cadascun d'aquests tipus de mobilització social és viable, motivador i adequat per al grup i el context.



30/45 MINUTS

21 Alerta, estem observant!

Objectius

Reflexionar sobre l'impacte ambiental i social de la roba que consumim.

Recursos necessaris:

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

Desenvolupament:

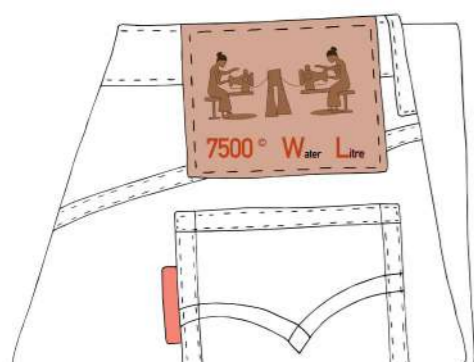
Pas 1. Es demana a l'alumnat que portin dues peces de vestir de casa. S'organitza la classe en diversos grups, depenent del nombre de peces de què es disposi. Demanem a cada grup que triï unes quantes peces i que es reparteixi per l'espai. Se'ls proporciona una taula de continguts en la qual apareix una relació de materials (cotó, llana, polièster, elastà, lli, etc.), juntament amb els litres d'aigua i els quilos de diòxid de carboni (Co2) necessaris per fabricar un pes determinat de cadascun dels materials (per exemple, 300 g de cotó = 6 kg de Co2 + 400 L de H2O).

Pas 2. Es demana als grups que pesin les peces de roba, que llegeixin les etiquetes que porten i que apuntin el percentatge de materials de què estan compostes. Amb aquesta informació i les taules disponibles, podran calcular quants quilos de diòxid de carboni i quants litres d'aigua calen per fabricar-les aplicant diferents regles de tres.

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

Ej. Samarreta. Pes: 350 g. Materials: 50% cotó, 50% polièster; 175 g cotó, 175 g polièster. Total quilos CO2 = 10,325 kg CO2. Total litres H2O = 285,83 L H2O.

Paso 3: Posteriorment, han d'analitzar el país on es va fabricar la peça de roba.



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

Calculadora de Emisiones de Carbono.

Pas 4: Amb tota la informació, es fa un mural on es representin les peces de roba i la informació sobre l'origen, les condicions de vida del país i els recursos necessaris per produir-les.



1 / 1,5 HORAS

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

22 Pluja d'idees i organització d'un grup de ciberactivistes

Objectius:

Activar un grup de ciberactivistes i promoure'n l'autoorganització.

Difondre les opinions de les persones joves.

Recursos necessaris:

Pizarra, folios, bolígrafs

Desenvolupament:

Pas 1. Es tracta de plantejar preguntes al grup per anar orientant un debat:

Per què necessitem ciberactivistes? En aquesta primera part l'objectiu és provocar cert sentiment d'indignació, fer una crítica al funcionament actual de la comunicació i veure el paper que hi tenen les persones joves, per passar més tard a una actitud transformadora:

- Com funcionen els mitjans de comunicació? Us agraden? Tenen en compte l'opinió de les persones joves?
- Quina imatge ofereixen de la gent jove les notícies? Com es pot contrarestar aquesta imatge?
- Un dels drets de les i els joves és el d'expressar-se i participar en la societat, creus que es compleix?

Pas 2. Pluja d'idees per escollir temes sobre els quals treballar a les xarxes. Si els costa, els podem recordar alguna situació que sabem que els molesta: l'estat dels parcs, la qualitat de l'educació, i els temes de la nostra guia, les violències masclistes, el canvi climàtic, etc.

Pas 3. Planificació de l'actuació del grup/grups ciberactivistes:

- Com funcionaria el grup? Suggestiu: reunions mensuals per proposar nous temes i repartir-los.
- Com facilitar la feina? Suggestiu: realitzar els primers continguts en parella i anar-los rotant.
- Com difondrem els continguts? A quina xarxa social? Suggestius: triar els materials de difusió que ens puguin ajudar o pensar i proposar altres formes perquè les nostres amistats, família, barri o qui vulguem llegeixin els nostres continguts.

Pas 4. Ho posem en marxa? Qui s'anima?

Procurem que la major quantitat de persones possibles s'animin a fer una prova pilot durant un mes.



1 / 1,5 HORES

Font: [Ciberresponsales](#)

09

TANCAMENT

Esperem que el contingut d'aquesta guia t'acompanyi en el camí cap a l'educació de joves amb pensament crític i perspectiva de ciutadania global.

Pots complementar aquestes propostes amb la visita a l'exposició virtual «No lo Niegues», que estarà allotjada a www.negacionismos.intered.org.

Aquesta feina està emmarcada en la campanya Toca Igualtat, que InteRed va llançar el 2019, amb l'objectiu de prevenir les violències masclistes a través d'una pràctica coeducativa que travessi les nostres comunitats educatives, enteses en sentit ampli (educació no formal i formal, famílies, educadors/ores, joventut, educands, càrrecs institucionals, etc.). Es tracta d'una campanya que confia en el potencial transformador de les i els joves, i en la nostra possibilitat, com a educadors/ores, d'ajudar-los a ser protagonistes de les seves pròpies vides i del canvi que tant necessiten les realitats que compartim. A InteRed entenem la coeducació com una proposta educativa que promou la transformació social i global, recolzant-se en els feminismes com a pedagogia, aposta política, brúixola i marc de referència principal per a l'esmentada transformació social.

Pots veure els vídeos de la campanya i altres recursos didàctics al web [web de Toca Igualdad](http://web.de.Toca.Igualdad).



ANNEXOS

ANNEX 1: FITXES EXEMPLE

1.- EXEMPLE

AFIRMACIÓ: “No podem donar per bo el que la directora diu, a ella no l'afecta en la seva feina”.

RESPOSTA: “Amb aquesta pinta dubto que puguis dir alguna cosa coherent”.

Preguntes per a l'alumnat:

- Què us sembla la resposta? És vàlida? La resposta està relacionada amb la primera afirmació? És raonable? L'aspecte d'una persona ens pot dur a aquesta conclusió? Us ha passat alguna vegada o heu vist que hagi succeït a altres persones?

Claus per al professorat: S'ha d'aclarir el que està passant; s'ataca la persona que exposa l'argument i no l'argument en si. No s'està raonant de manera coherent sobre el tema que s'ha plantejat (si el que diu la directora és vàlid) i s'estan utilitzant prejudicis (l'aspecte d'una persona) per negar la validesa del que diu.

2.- EXEMPLE

AFIRMACIÓ: “No em sembla adequada la manera com els centres educatius responen a les situacions d'assetjament”.

RESPOSTA: “És el que aconsellen els manuals, tots els centres ho fan així.”

Preguntes per a l'alumnat:

Què us sembla la resposta? És vàlida? Que molta gent faci una mateixa cosa vol dir que sigui bona? Busqueu exemples.

Claus per al professorat: El hecho de que sea el método más usado no significa que sea el mejor.

Exemples:

Durant segles gran part de les societats creien que les dones no havien de votar. Moltes persones van estar d'acord amb el nazisme i donaven suport a Hitler.

3.- EXEMPLE

En una reunió de la comunitat d'un edifici es planteja el següent:

“Davant d'aquesta situació de conflicte podem denunciar el veí per impagament o amenaçar-lo perquè pagui els deutes que té”.



Preguntes per a l'alumnat:

Què us semblen les alternatives que es donen? Podríeu trobar altres solucions? De quina mena?

Claus per al professorat: Es donen dues opcions com a úniques alternatives possibles, quan n'existeixen més que s'ometen. Aquestes alternatives solen ser punts de vista extrems, on la persona interlocutora condueix la persona receptora a triar l'alternativa que més beneficia la primera. Pensem en altres alternatives que vetllin per l'interès de totes les parts; potser denunciar-lo o amenaçar-lo no té com a resultat que pagui, però si dialoguem i busquem una solució, com flexibilitzar els pagaments pendents, hi guanyarà tothom.

4.- EXEMPLE

Una veïna li diu a un veí:

“Ahir, a l'escala, em vaig creuar amb un noi que no coneixia. No fa més que entrar gent desconeguda al nostre edifici i tinc por que ens robin o ens facin alguna cosa pitjor. Hi ha molta inseguretats en aquesta comunitat”.

Preguntes per a l'alumnat:

Què us sembla el comentari? És correcte o us sembla exagerat? Per què? Què li preguntaríeu o li diríeu a la veïna?

Claus per al professorat: Són afirmacions que se sustenten en exemples concrets que es generalitzen, encara que la mostra sigui molt reduïda. A partir d'aquí es porta la situació a l'extrem per arribar a una conclusió que no es correspon amb la realitat. Amb quanta gent et sols creuar a l'escala? En quants casos viscuts fonamentes la teva opinió? Basem les nostres opinions en rumors sense confirmar?



ANEXX 2: DINÀMICA LLIBERTAT D'EXPRESSIÓ

Extreta de: Guia Breve: Orientaciones para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos. Institut de la Joventut i Comissió Europea, 2019.

1. Un grup anomenat «Reclamar nuestra nación» obre una pàgina en què desenvolupa els «valors tradicionals». Moltes de les publicacions són racistes. La pàgina atrau un gran nombre de comentaris i hi ha una discussió acalorada. Part del debat conté llenguatge molt agressiu, però hi ha una comunitat gran que s'expressa en contra de la ideologia racista de la pàgina.

• S'hauria d'eliminar una part de tot això d'Internet? Si és així, quina part? Per què?

2. En Nikolay, un polític, utilitza la seva pàgina personal per fer una crida a desallotjar una comunitat gitana que viu a la seva circumscripció, la qual culpa de l'alt nivell de criminalitat. Després de la seva crida, hi ha un nombre d'atacs contra la comunitat gitana a tot el país. Gran part dels mitjans de comunicació comencen a explicar històries que relaten crims comesos per persones d'origen gitano, però no els crims comesos contra ells.

• S'hauria d'eliminar una part de tot això d'Internet? Si és així, quina part? Per què?
• Si no és així, per què no? Què més es pot fer?

3. En el seu blog personal, en Rory publica un dibuix d'un conegut polític amb sang que li regalima pels dits i cadàvers per tots costats. Molta gent fa comentaris: la majoria dona suport al dibuix.

• S'hauria d'eliminar una part de tot això d'Internet? Si és així, quina part? Per què?
• Si no és així, per què no? Què més es pot fer?

4. L'Ella puja al seu perfil públic d'Internet un vídeo en el qual es riu de les persones amb discapacitat i les descriu com a éssers «alienígenes» incompetents. Les estadístiques de la pàgina demostren que gairebé ningú no ha vist el vídeo i no hi ha cap comentari.

• S'hauria d'eliminar una part de tot això d'Internet? Si és així, quina part? Per què?
• Si no és així, per què no? Què més es pot fer?

5. Un periodista veu el vídeo (el de l'exemple 4) i crea una campanya perquè es desactivi el perfil de l'Ella a les xarxes socials. Com a resultat, milers de persones veuen el vídeo. La gent comença a dir que és «el millor vídeo del món», que «hauríem de començar a ser realistes amb les persones amb discapacitat», etc.

• S'hauria d'eliminar una part de tot això d'Internet? Si és així, quina part? Per què?
• Si no és així, per què no? Què més es pot fer?

6. La Ditta, una famosa molt coneguda, publica un article d'una pàgina de notícies a Internet en la qual es diu que les dones transsexuals són «una agressió contra la humanitat». Algú obre una pàgina per «baixar els fums a la Ditta» amb detalls sobre la seva vida personal. Ella comença a rebre centenars de correus electrònics i tuits abusius. Alguns inclouen amenaces.

• S'hauria d'eliminar una part de tot això d'Internet? Si és així, quina part? Per què?
• Si no és així, per què no? Què més es pot fer?



