TOOLKIT

ANTI- DISCRIMINATION PACK 2.0

#InclusionPack

Recursos y herramientas para identificar y prevenir las prácticas discriminatorias en las redes sociales

ANTI- DISCRIMINATION PACK 2.0

Erasmus+

Agencia Nacional Española

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

injuve

CRÉDITOS – RECONOCIMIENTOS

Esta publicación ha sido elaborada dentro del proyecto “Anti-discrimination Pack 2.0”, financiado por el programa ERASMUS+ (Asociaciones estratégicas en el ámbito de la juventud, ref. 2016-2-ES02-KA205-008301).

El consorcio del proyecto está formado por seis organizaciones: Dramblys (Coordinator – España), CEPS PROJECTES SOCIALS (España), C.I.P Citizens In Power (Chipre), EureCons Förderagentur GmbH (Alemania), Fundacja “Zielony Slon” (Polonia) y Kairos Europe Limited (Reino Unido). Estas ha trabajado en colaboración para actualizar el manual Anti-discrimination elaborado en el proyecto I:CUD (Internet: Creatively Unveiling Discrimination), agregando nuevas herramientas y recursos para combatir el racismo y la discriminación on-line y a la vez diseñar nuevos enfoques para abordar/gestionar la diversidad social, étnica, lingüística y cultural.

Aviso legal: “Anti Discrimination Pack 2.0” (2016-2-ES02-KA205-008301) ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea (Programa Erasmus +). Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, la Comisión Europea no puede hacerse responsable de cualquier uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo

INDICE

Introducción 3

Discriminación digital 5

Usuarios 7

Recursos para padres y tutores 9

Recursos para educadores y formadores. Actividades formativas 11

Recursos para jóvenes 23

Recursos para educadores y formadores. Casos de estudio 26

Recursos para educadores y formadores. Buenas prácticas 40

Las voces de los jóvenes 51

Equipo del proyecto Anti-Discrimination Pack2.0 52

INTRODUCCIÓN

¿A quién está dirigida esta publicación?

Esperamos que este pack educativo contra la discriminación sea útil para quien quiera saber más sobre cómo funciona la discriminación on-line, cómo está conectada a la realidad off-line y cómo prevenirla e incluso combatirla. Esto incluye a niños, jóvenes, padres, educadores, profesores, activistas, miembros de ONG's, responsables políticos, académicos y muchos más.

¿Para qué sirve este pack?

- Para sensibilizar sobre la discriminación y contribuir a su prevención; en especial en el contexto de las redes sociales on-line.
- Para desmitificar la tecnología y las redes sociales en los adultos, mostrar que no hay grandes secretos y que, simplemente son otros recursos a añadir a los ya existentes;
- Para educar a los jóvenes sobre la seguridad on-line y hacerles conscientes de los riesgos y las implicaciones de su presencia on-line;
- Para orientar sobre cómo y dónde obtener ayuda para combatir y denunciar la discriminación digital;
- Para abrir un diálogo entre jóvenes y adultos sobre esta cuestión;
- Para facilitar materiales con los que desarrollar la empatía, la base para combatir cualquier tipo de discriminación;
- Para formar a los jóvenes y a las personas que trabajan y conviven con ellos, apoyarles en el desarrollo de sus respuestas emocionales y cognitivas y que se conviertan en usuarios informados, confiados y activos de la tecnología.

¿Qué puedes encontrar en este pack?

Recursos de descarga gratuita para jóvenes, padres y adultos que trabajan con jóvenes, como, por ejemplo:

- Discriminación digital: definición de discriminación digital; formas abiertas y ocultas.

- Usuarios: definiciones de tipos de usuarios on-line.

- Material:

* 13 fichas resumen de las sesiones desarrolladas durante las sesiones formativas del proyecto Anti-discrimination Pack 2.0

* 17 buenas prácticas, recopiladas por los socios del proyecto, dirigidas a sensibilizar y a combatir la creciente discriminación on-line

* 6 casos de estudio, que incluyen ejemplos de discriminación on-line

* comentarios de los participantes que tomaron parte en las sesiones formativas del proyecto Anti-discrimination Pack 2.0

- Links:

- Material relacionado con iniciativas u organizaciones similares que trabajan en el ámbito de la discriminación

- Un enlace al proyecto ICUD, del cual nace este Pack

DISCRIMINACIÓN DIGITAL

¿Qué es la discriminación digital?

Internet, y en especial la web 2.0 y las redes sociales, han abierto nuevas formas y patrones de interacción social que nos obligan a replantear muchos aspectos importantes en nuestras vidas: interacción, relaciones, comunicación, amistad, etcétera. En este sentido, la discriminación digital es la representación de la actitud y contenido discriminatorios realizados por medios digitales. Esta definición implica que la discriminación digital no representa una nueva realidad, sino una nueva forma de expresarse y difundir contenido discriminatorio. El mensaje que lanza ya es conocido. Sin embargo, la potencialidad de los nuevos patrones de evolución de estos mensajes está en constante cambio. La discriminación digital no es una nueva realidad: representa una nueva forma de expresar, en un nuevo canal, una realidad ya existente. No obstante, hay aspectos que son nuevos. Por ejemplo, el cyberbullying se ha definido como una forma más intensa que el bullying, pues la persona que sufre el ataque suele llevar su móvil o tiene ordenador en casa, y los mensajes agresivos le llegan de forma instantánea y en su espacio privado on-line. Tenemos que reflexionar mucho más sobre cómo actuar on-line, evitar dañar sin querer a otros y también protegernos de los ataques on-line deliberados.

¿Qué ocurre en las redes sociales on-line?

Las redes sociales ayudan a comunicarnos más allá de las barreras físicas. Aunque esto es muy positivo, también tiene implicaciones negativas. El material compartido en las redes sociales on-line llega a una amplia audiencia de forma mucho más rápida que en un contexto off-line. Una foto compartida en una red social puede ser vista por miles de personas en tan sólo unas horas, simplemente enlazándola o compartiéndola por otros. Esto significa que cualquier contenido puede viajar muy rápido, entre esto los mensajes abiertamente discriminatorios, o mensajes con connotaciones discriminatorias. Las redes sociales no crean contenido discriminatorio, pero permiten que cualquier contenido se difunda rápidamente, lejos y de forma amplia.

¿Conoces la discriminación abierta on-line?

Como discriminación abierta entendemos la discriminación explícita, intencionada y que supera los límites del discurso socialmente aceptado. Consiste en aquellos tipos de mensajes y/o contenidos fáciles de reconocer como discriminatorios porque atentan, claramente, contra un colectivo en concreto. Es fácil que este tipo de contenido genere reacciones por parte de los

afectados al ser muy identificable y con mensajes negativos directos. Desgraciadamente, suelen ser difíciles de prevenir, pues los creadores de contenido discriminatorio abierto están completamente convencidos sobre el mensaje que quieren enviar. Sin embargo, puede combatirse con acciones positivas o incluso con medios legales (p.e. los discursos racistas, los crímenes de odio, el cyberbullying, etcétera.) La discriminación abierta puede ser más fácil de detectar, pero necesitamos nuevas herramientas, nuevos debates y nuevas actitudes para combatirla.

¿Conoces la discriminación oculta on-line?

Entendemos por discriminación oculta el tipo de contenido con mensajes "invisibles" negativos sobre un grupo específico de personas. Suele estar aceptada y compartida por los usuarios, pues juega con los estereotipos normalizados sin que por ello sea el centro del mensaje. Los estereotipos suelen estar muy arraigados en la comunidad. Con frecuencia, la persona o grupo discriminados no la percibirán o pensarán que no la pueden cambiar y lo aceptan. Son mensajes que forman parte de "así son las cosas", expresados en un lenguaje o contexto normalizado. Este tipo de contenido suele estar relacionado con el humor (p.e. utilizados en la publicidad) o con expresiones comunes como "No soy racista, pero...", lo que enmascara la discriminación bajo otro mensaje. Su detección requiere una actitud empática y consciente para evitar difundirla. A menudo es complicado enfrentarnos a este tipo de discriminación oculta, pues se argumenta que en realidad no son mensajes discriminatorios, o que el estereotipo "sólo" se utiliza para divertirse y no con finalidad ofensiva. Necesitamos ser reflexivos, conscientes y empáticos con nosotros mismos y con los demás, on y off-line, y promover actitudes positivas entre la comunidad "real" y la digital para evitar tanto la discriminación abierta como la oculta.

Pregúntate a ti mismo: ¿podrías detectar la discriminación oculta?

Cada país o zona geográfica tiene sus propios estereotipos sobre "los malos". ¿Puedes pensar quiénes son en tu comunidad? ¿Conoces chistes sobre ellos? ¿Has visto u oído algunos comentarios on-line sobre ellos? ¿Cómo te sentirías si los chistes fueran sobre ti? ¿Crees que puedes parar estos chistes que circulan en la red?

¿Te sientes capaz de prevenir, afrontar o combatir la discriminación on-line? ¿Quieres más ideas sobre cómo hacerlo? Échale un vistazo al material de este pack e inspírate.

USUARIOS

¿Quieres ser un usuario de internet activo, pasivo o reactivo?

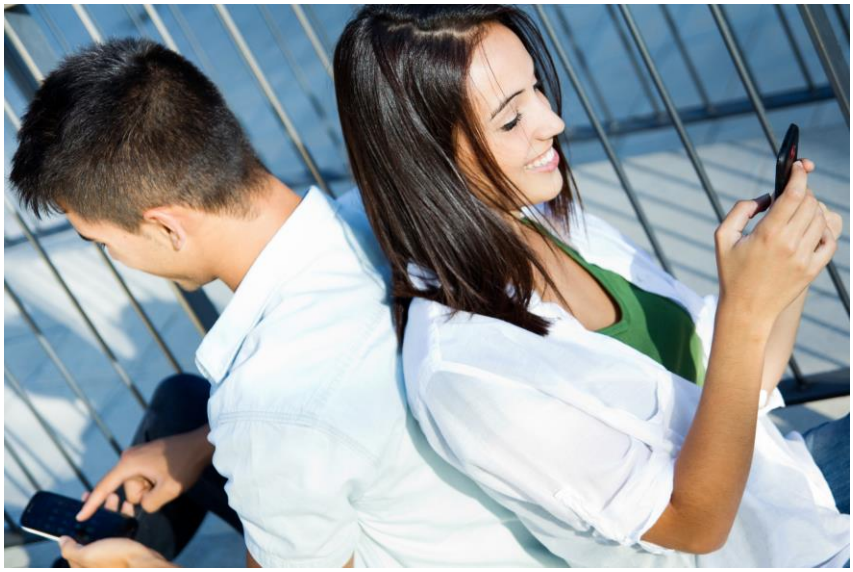
Alguna vez todos hemos tenido una experiencia de comportamiento on-line activo, pasivo o reactivo, pero el impacto, e incluso los peligros, de nuestro comportamiento son muy diferentes en cada caso. Aquí tienes algunas definiciones que pueden ayudarte a comprender mejor tu impacto.

Comportamiento on-line activo

Definición: Un usuario que se implica activa y conscientemente, creando contenido y promoviendo o difundiendo sus opiniones con mensajes directos, imágenes escogidas expresamente y que comparte información on-line tras una búsqueda y reflexión previa. Todos podemos ser usuarios de internet activos. Podemos crear nuestros propios mensajes y hacer que nuestros pensamientos se escuchen. Podemos escoger si compartimos contenido discriminatorio o no, pero necesitamos implicarnos con la sensibilización del contenido on-line y encontrar las formas ocultas de discriminación y la actitud positiva frente a estas.

Comportamiento on-line pasivo

Definición: Un usuario con un comportamiento pasivo mirará el contenido on-line y, sin una reflexión previa, compartirá el material producido por otros. Sin quererlo difundirá contenido discriminatorio, por ejemplo compartiendo mensajes en su Facebook, Twitter, Whatsapp, etcétera. Se considera pasivo pues comparte sin ninguna reflexión sobre el contenido de los mensajes y las implicaciones que pueda tener. Actúa como seguidor de discursos, pero no es consciente de que su actitud multiplica el



efecto de los mensajes. En algún momento todos hemos sido usuarios pasivos de internet, haciendo un 'me gusta' o 'retweeteando' algo sin demasiada búsqueda previa ni reflexión. Esto puede haber generado un impacto negativo en otros e incluso en nosotros mismos. Necesitamos recordar que es mejor ser un usuario activo para prevenir el daño a los otros o a nosotros mismos.

Comportamiento on-line reactivo

Definición: El comportamiento reactivo significa empezar una campaña contra una página web discriminatoria o hacer un comentario en Facebook de un chiste sobre los estereotipos. Reaccionar contra lo que creemos incorrecto puede ser una actitud activa, reactiva y también reflexiva. Con este comportamiento podemos desafiar e incluso parar la discriminación abierta y sensibilizar sobre la oculta. Cualquiera de nosotros puede ser un usuario reactivo en el día a día del contexto on-line, pero todos necesitamos aprender a detectar formas ocultas de discriminación y encontrar formas positivas y no agresivas de combatir la discriminación.

RECURSOS PARA PADRES Y TUTORES

Ideas prácticas para empezar

No necesitas ser un experto en internet para ayudar a que los jóvenes sean más sensibles a la discriminación digital y que desarrollen su empatía. Tienes la experiencia y las herramientas para apoyarlos y que se conviertan en unos usuarios de la tecnología activos, responsables y empáticos. Los jóvenes tienen muchísima experiencia con la tecnología, pero los adultos tenemos las habilidades sociales basadas en la experiencia de vida, algo que les falta a los jóvenes. Juntos podéis empezar hablando sobre internet, la discriminación digital, establecer un diálogo abierto y reflexivo y ayudar a desarrollar sus recursos sociales para enfrentarse a los problemas on- y off-line.

Preguntas para empezar a pensar sobre el uso de internet, imágenes y vídeos

¿Has visto recientemente vídeos o imágenes divertidas? Miradlas juntos y después hablad sobre la página web que utilizan, cómo encontraron el vídeo (quién lo compartió con ellos), de dónde proviene (de qué país, ciudad), cómo está hecho (con móvil, de forma profesional, webcam...), cuándo se hizo (¿es reciente?); mira las características como por ejemplo: si puedes dejar un comentario, compartirlo con amigos, botones de me gusta/no me gusta... Si no estás seguro de estas características, deja que él o ella te lo explique. Interésate en cómo funciona la página y haz preguntas (qué hace esto, pueden verlo tus amigos, quién más...)

Profundizar - empatía: cuanto más podamos identificarnos con los que están siendo discriminados, más reaccionaremos con empatía

¿Y qué me dices de los vídeos o imágenes más tristes o desgraciadas que has visto? Mira y habla de nuevo como antes. ¿Cómo crees que se siente la persona? ¿Es justa la situación? ¿Qué ocurre? ¿Se merecen este trato? (Reflexión: ¿crees que hay personas más importantes o mejores que otras?)

¿Qué puede hacer la persona/personaje para pararlo? ¿Cómo crees que se siente otra gente viéndolos en esta situación? ¿Conoces a alguien que ha estado en una situación parecida? ¿Qué ocurrió, cómo lo solucionaron? ¿Crees que lo podrían haber hecho algo de otra forma? ¿Cómo te sentirías si fueras tú? ¿Qué harías? ¿Hay fotos/vídeos que no te gustan o que te incomodan si tus amigos los ven? ¿Cómo te sentirías si las compartieran en internet? Mirad imágenes comparando modas/maquillaje/hobbies que tenían cuando eran más pequeños para saber cómo se ven a ellos mismos y sus intereses: ¿han cambiado? ¿Eres la misma persona con los mismos intereses que en la foto?

Articula tus propias emociones: expresa cómo te sientes y cómo te sentiste como resultado de las acciones de otros. ¿Cómo se sentirían los otros? Empieza proporcionando un vocabulario de sentimientos y emociones.

RECURSOS PARA EDUCADORES Y FORMADORES – ACTIVIDADES FORMATIVAS

*ACTIVIDAD NR. 1: ¿Qué es un reto on-line?**

Etiquetas: Reto, seguidores ciegos, estereotipos negativos, interrupción con mensajes positivos.

Introducción: Esta actividad debería ayudar a descubrir los retos con impacto internacional y en diferentes plataformas. Aprender que las redes sociales tienen un efecto multiplicador y que los mensajes llegan muy lejos.

Enfoque: Buscar diferentes desafíos/retos en diferentes social media.

Objetivos: Descubrir los desafíos, que daños pueden implicar/conllevar, y como hablar con los jóvenes sobre ellos. Encontrar el modo de romper los retos negativos y convertirlos en mensajes positivos.

Actividades off-line:

a) Busca en diferentes plataformas sociales (por ejemplo, Instagram, YouTube, Facebook) o de forma general utilizando el hashtag #challenge tanto en inglés como en tu idioma (si fuera otro que el inglés).

b) Elige algunos retos que puedan ser problemáticos (promover un modelo de cuerpo, dañar a otros etc.) para utilizarlos de ejemplos. Lo ideal sería encontrar uno de alcance internacional y otro que tenga un impacto más nacional o local. En internacional tendrá como idioma de referencia el inglés y tratará un tema internacional, mientras que el local/nacional tendrá como idioma de referencia el utilizado en ese espacio geográfico y tratará un tema local más específico.

c) Elige diferentes imágenes y mensajes sobre el mismo reto y agrúpalos en positivos/críticos y negativos/no críticos etc. Busca diferentes respuestas de usuarios on-line criticando el reto. Aquí tienes algunos ejemplos: #a4waist #collarbone #bluewhale

d) En la clase muestra algunos retos negativos, y pide a los alumnos que debaten en grupos: Qué tipo de discriminación puede ser identificada; Que estamos promoviendo cuando compartimos este reto.

e) Cada grupo presentará las conclusiones más relevantes obtenidas en el debate.

f) A continuación, muestra algunas imágenes críticas sobre el mismo reto y pide que debatan sobre:

- Qué opciones de intervención (on-line y off-line) tenemos;
- Qué medidas preventivas se pueden poner en marcha.

Actividad online.

a) Pide a los asistentes que en grupos busquen algunos retos on-line.

b) Compartir entre todos algunas reflexiones.

c) Pide a cada grupo que encuentre contenido crítico sobre los retos (por ejemplo, en artículos de periódicos, comentarios en los social media.

d) Leer de nuevo la definición que de usuario hace este "pack" (http://digitaldiscrimination/pack/).

e) Pide a los participantes que discutan en grupos:

- Qué tipo de usuario soy;
- Qué tipo de usuario me gustaría ser;
- Que es lo que debería hacer para llegar al usuario que me gustaría ser.

Ejemplos:

- https://www.youtube.com/watch?v=XpaOjMXyJGk

Comparar los discursos propios con los discursos de los otros sobre uno mismo, intentando reflexionar sobre el impacto que tienen los estereotipos en la creación de la imagen propia.

- https://www.youtube.com/watch?v=MdK1pS66eLA

No es propiamente un reto, pero si una tendencia de los canales en la red atraer espectadores a través de la creación de escenarios exageras que muy a menudo juegan con los estereotipos. En este caso concreto, el video es claramente racista y agresivo hacia el islam.
- https://www.youtube.com/watch?v=Alt4r56lOLw
Un reto psíquico que contribuye a romper con las convicciones basadas en la apariencia física.

***Se consciente de los peligros que conlleva realizar esta actividad:** Existe el riesgo de crear un efecto contrario, por la divulgación de contenidos inapropiados (caso 2) y de perder parte del contenido educativo propuesto por la experiencia.

ACTIVIDAD NR. 2: ¿Puedo ser un "acosador" (bullie)? Posiciónate en relación a los mensajes de los social media.

Etiquetas: Estereotipos, discriminación, empatía.

Introducción: Descubre cuales son los grupos más estereotipados y/o discriminados en tu contexto local y encuentra ejemplo on-line sobre el "discurso del odio". Analiza como esos mensajes se propagan, se distorsionan y se refuerzan y como pueden prevenirse y contrarrestados.

Enfoque: Trabaja la empatía, y muestra cómo cualquier grupo puede llegar a ser un foco de discriminación.

Objetivos:

a) Sensibilizar sobre los "usuarios pasivos, activos y reactivos", y sobre cómo es mucho más probable que contribuyamos a la discriminación digital sin saberlo, compartiendo material sin preguntas ni reflexiones y siendo usuarios pasivos, en lugar de convertirnos en víctimas de ella.

b) Los educadores investigarán qué tipo de mensajes comparten los jóvenes en línea y debatirán con ellos estereotipos negativos, formas ocultas o normalizadas de discriminación.

Actividades off-line:

Explica cómo un educador puede establecer una actividad basada en un tema de máxima relevancia para su contexto local y los jóvenes (por ejemplo, la discriminación de los jóvenes estereotipados como #canis en España o #chav en el Reino Unido, como parte de un grupo juvenil antisocial, a menudo asociado con ser de una clase "inferior"), escogiendo ejemplos de un espacio de social media y pidiendo a su grupo que se posicione antes y después de conocer el mensaje completo.

Como hacerlo:

a) El educador busca mensajes discriminatorios on-line sobre un grupo (como por ejemplo #canis #chonis en España o #chav en el Reino Unido)

b) Copia y pega el mensaje en un documento y borra la palabra clave #cani o #chav, convirtiendo en mensaje en un mensaje neutral. Lo ideal sería buscar mensajes que hagan gracia, o que sin una palabra clave adquieran un significado positivo.

c) Escoge a 2 o 3 personas de la clase, haz que se coloquen en espacios separados del aula, dales a cada uno de los mensajes y que lo lean en voz alta.

d) Pide al esto de la clase que se posicione. Deberán elegir el mensaje con el que mejor se identifiquen (el que más le guste o con el que estén más de acuerdo) y se dirigirán al lugar donde estos se encuentren.

e) Pide a los que tienen los mensajes que los lean de nuevo, pero ahora que incluyan la palabra clave que se había borrado. Y pregunta a los seguidores de cada persona si quieren seguir en el grupo.

f) Debatir lo que ha ocurrido, y pregunta especialmente por qué han cambiado las percepciones …

g) Pide al grupo que busque mensajes similares en la red o mensajes que se refieran a grupos discriminados.

Actividades online:

Parte 2) Lee en voz alta la definición de "usuario" que aparece (http://digitaldiscrimination/pack/). Pide a los participantes que reflexionen y discutan sobre: ¿qué tipo de usuario soy? ¿Qué tipo de usuario me gustaría ser? ¿Qué es lo que tengo que hacer para llegar a ser el usuario que quiero ser?

Parte 3) Los participantes identificarán uno o dos temas o actitudes que cada uno quiere cuestionar o cambiar. Consulta el recurso "Haciendo una diferencia" en la sección "Material" (http://digitaldiscrimination.eu/pack/) para conocer más ideas sobre cómo hacer una campaña online y convertirse en un usuario "activo y reactivo".

ACTIVIDAD NR. 3: FACEBULL: una comprensión de las diferentes dinámicas de violencia que se están produciendo a través de las redes sociales

Etiquetas: Ejercicio de simulación, dinámicas de grupo, redes sociales, cyberbulling, discriminación digital, psicología de las víctimas digitales, medidas de seguridad, psicología de las víctimas digitales.

Introducción: FACEBULL es un juego de roles que simula el funcionamiento de una de las redes sociales más populares, Facebook, intentando sacar a la luz algunas dinámicas de violencia que se están desarrollando en las redes sociales.

Enfoque: Ofrecer a los educadores y trabajadores sociales/juveniles un recurso metodológico que les permita comprender la compleja naturaleza de las redes sociales a través de un instrumento creativo, centrándose en la interacción del mundo real y el mundo virtual en relación tanto con el comportamiento racista como con la discriminación social/digital.

Objetivos:

- Los educadores pondrán énfasis en cómo se está cultivando el comportamiento estereotipado y racista a través de redes sociales apoyadas por la red.
- Los educadores realizarán la conexión y el proceso de acción-reacción entre el mundo virtual y el mundo real, siempre en correlación con el tema.
- Los educadores profundizarán sus conocimientos sobre las nociones de ciber-bulling, víctimas digitales y su psicología, así como en relación con la violencia directa aplicada por las redes sociales y la red.
- Los educadores conocerán las medidas de seguridad que ofrece Facebook y otras redes sociales.

Actividades off-line:

1) Creación de páginas imaginarias fb como base para el desarrollo del ejercicio de simulación (actividad offline): utilizando imágenes de cultivo, artículos y otros materiales disponibles, algunos de los participantes deberían construir su propio perfil (página fb imaginaria) con fotos, comentarios, artículos que se representen a sí mismos o a su estado de ánimo, mientras que otros, con la ayuda de post-its, deberían comentar en las páginas de las páginas fb imaginarias de los otros, construyendo así una dinámica comunicativa entre el grupo. Durante esta segunda fase, algunos de los participantes, a los que se les había asignado previamente y en secreto un papel específico (por parte de los formadores) irán recorriendo los perfiles de fb para publicar algunos comentarios, dependiendo de la tarea que se les haya asignado previamente. (Nota: El director de orquesta debe tener cuidado de señalar que el comportamiento de las personas puede ser el resultado de un papel atribuido a algunos participantes, que luego serán invitados a describir su acción y los comentarios dejados)

2) Compartir y reflexionar: un análisis de la experiencia de simulación con el objetivo de sensibilizar sobre los contenidos en línea discriminatorios, profundizando el conocimiento del participante en relación con los siguientes términos/áreas temáticas: ciber-bulling, psicología de las víctimas digitales, violencia indirecta aplicada por las redes sociales, acción-reacción del mundo real y virtual, medidas de seguridad en diversas redes sociales.

3) Facilitar la comprensión del comportamiento individual de los participantes fuera de línea y en línea; una discusión sobre la experiencia que cada uno puede haber vivido en la realidad, sobre los casos de ciberacoso a los que ha asistido y el papel que ha desempeñado en esa situación (como actores o espectadores) utilizando las siguientes preguntas informativas:"¿alguna vez has sido testigo de este tipo de situaciones? ¿alguna vez has jugado el papel que te asignaron? ¿te reconoces a ti mismo en algún otro papel aquí descrito? ¿Cómo te comportaste? "¿estabas satisfecho con el comportamiento que mantuviste en esa situación?" etc.)

ACTIVIDAD NR. 4: Explorando la autoimagen / historias

Etiquetas: Inteligencia emocional, empatía, realidad y representación mediática, diferentes interpretaciones de una historia.

Introducción: La actividad hace hincapié en la manera en que una historia personal -o cualquier otra forma de realidad- podría ser alterada durante su representación y reproducción en los medios de comunicación dentro de las redes sociales, así como en las consecuencias negativas que una posible "malinterpretación" de la historia inicial podría traer al usuario de los medios sociales.

Enfoque: Proporcionar a los educadores habilidades e información sobre temas de discriminación y buenas prácticas en el contexto de las redes sociales en línea.

Objetivos:

- Proporcionar a los educadores actividades sencillas y prácticas para luchar contra las formas latentes de discriminación.
- Ayudar a los educadores a construir las actividades que utilizan sobre un camino metodológico concreto, sirviendo así a una realización más efectiva de sus tareas.
- Proporcionar información sobre los diversos riesgos en línea en las redes sociales y las formas de evitarlos.

Actividades fuera de línea:

• Un juego interactivo que muestra cómo una historia personal puede ser alterada por el boca a boca (actividad offline); posteriormente, habrá una Fase de Reflexión que se realizará en tres partes: observaciones, sentimientos e implicaciones. Una discusión grupal que condujo a algunas observaciones sobre el juego precedió, señalando las malas interpretaciones no deseadas de una historia repetida y los sentimientos negativos que la situación anterior podría traer al narrador.

• Reflexión (simulación) de la realidad offline que el grupo ha vivido dentro del juego (primera parte de este taller) a las redes sociales y otras realidades virtuales: ¿qué ocurre en el caso de la representación y reproducción de una historia personal similar dentro de las redes sociales? ¿Son todas las historias aptas para ser publicitadas y cuáles son los riesgos de volver a compartir una historia personal con todos los medios de comunicación social? ¿Cómo podrían distorsionarse los mensajes reales de una historia añadiendo comentarios, fotos y re-publicaciones? ¿Cuáles son las similitudes y diferencias entre las historias que se cuentan cara a cara y las que se comparten en línea? ¿Cómo puede un usuario de medios sociales sentirse después de una reproducción negativa de su historia personal y de qué manera estos acontecimientos negativos en línea podrían afectar su vida real?

Actividades on-line:

Mediante el uso de Facebook o Twitter (o cualquier otro medio social on-line) los participantes experimentarán todo el conocimiento antes mencionado dentro de una actividad en línea, comprendiendo así plenamente la distinción entre una historia que está siendo contada cara a cara y una historia que está siendo compartida y re-publicada en línea. Investigación de las capacidades y funciones de diversos medios sociales. Reflexión y discusión sobre cualquier peligro potencial de malinterpretación y distorsión del mensaje inicial que una historia o un texto transmite al usuario de medios sociales.

ACTIVIDAD NR. 5: Explorar la autoimagen/fotos

Etiquetas: Fotografías, autoestima, empatía, alfabetización emocional

Introducción: A través de la exploración de autoimágenes y fotos, se invita a los participantes a reflexionar sobre la representación de las emociones a través de imágenes y así, explorar más a fondo la importancia de escuchar y observar.

Enfoque: Proporcionar a los educadores habilidades e información sobre temas de discriminación y buenas prácticas en el contexto de las redes sociales en línea.

Objetivos: Esta actividad tiene como objetivo aumentar la alfabetización emocional (lenguaje corporal y vocabulario) y la empatía para prevenir cualquier forma de discriminación digital. Siempre que sea posible, deben utilizarse ejemplos de Internet y redes sociales.

Actividad offline:

Parte 1: ¿Cómo nos vemos?

1) Siéntese en pares frente a frente: La Persona A refleja las acciones de la persona B. Swap - B refleja las acciones de A.

Reflexión: ¿Fue difícil, cómo se sintió? ¿Cuál era más/menos cómodo?

2) En pequeños grupos, seleccione una gama de retratos que expresen diferentes emociones (puede buscar en línea o de revistas) y compartir con el grupo más amplio, identificar las emociones y decidir la mejor imagen para representar a cada uno.

3) Siguiente: Uno imita las expresiones en las imágenes - otro (s) adivina (s) la emoción.

Reflexión: Piense en un momento en el que sintió una de estas emociones. Piensa antes de compartir, si estás feliz de compartirlo con tu pareja, ¿el grupo?

Parte 2: ¿Cómo presentar a los demás y a nosotros mismos?

Entra en grupos de 3: cuentacuentos, oyente y observador. Explique la situación/historia a sus parejas, qué sucedió, quién estuvo involucrado, si se resolvió y cómo. Los compañeros deben escuchar plena y activamente (sin interrupciones) mirar a los ojos de su pareja, no interrumpir, mirar el lenguaje corporal de su pareja ¿hay otras emociones que pueda identificar? Luego vuelva a contar la historia, el observador da su opinión sobre lo bien y de cerca que se volvió a contar la historia original. Repita para que cada participante haya cumplido las 3 funciones.

Ideas para las emociones a utilizar: excitada, enfadada, deprimida, contenta, asustada, preocupada, feliz, energizada, estresada...

Desafío adicional: Contar la historia de la pareja, en primera persona, a un grupo más amplio, la pareja pone sus manos adelante y ayuda a contar la historia. Puede utilizar aquí los vídeos/fotografías de la sección de "enlaces" del paquete contra la discriminación para ejemplificar (http://digitaldiscrimination.eu/pack/). El grupo escucha la historia y al final adivina qué emoción se estaba describiendo, qué gestos y lenguaje corporal notaron, compara los pensamientos con otros y discute por qué escogieron la emoción que hicieron.

Actividad online:

Pida a los jóvenes que se creen a sí mismos con sus propios teléfonos móviles o una cámara digital en pares, aplicando lo que han explorado hasta ahora, y luego compartan los resultados y discutan cómo se han sentido al respecto y qué retroalimentación y reacciones han recibido/recogido en línea.

Dependiendo de las herramientas disponibles, esto se puede hacer en ordenadores, teléfonos móviles o en papel (dibujo, collage, etc.). Es una gran idea dejar que los jóvenes escojan una red social en la que quieran compartir los resultados (decidir sobre la que más tienen) y aprovechar la oportunidad para intentar crear un grupo cerrado o privado, para que puedan ver opciones de seguridad y compartir restricciones. Sin embargo, es una buena idea no compartir las imágenes instantáneamente durante la actividad, ya que los jóvenes a menudo descubren durante las sesiones lo que está y lo que no está bien. Las imágenes deben ser compartidas en clase en una plataforma offline, es decir, documento Word simple.

ACTIVIDAD NR. 6: Informar sobre el discurso de odio en la red y estar protegido

Etiquetas: Discurso de odio, reportaje, Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, seguridad en la red

Introducción: Se invita a los participantes a aprender más sobre los mecanismos de denuncia de la discriminación digital y el discurso en línea. A través de actividades en grupo aprenderán más sobre la seguridad en línea y cómo reaccionar ante la discriminación digital.

Objetivos: Esta actividad tiene como objetivo presentar a los participantes un mecanismo de información en medios sociales y, por lo tanto, sensibilizarlos sobre el caso de discriminación digital y saber cómo denunciar estos casos.

Actividad offline:

1) Discutir en grupos o parejas: ¿Han sido testigos de episodios de discriminación digital, discursos de odio u otras formas de prejuicio en las redes sociales? ¿Reaccionaste o respondiste? ¿Cómo? ¿Por qué no?

Reflexión: Hay mucha más información disponible en Internet de la que nos damos cuenta; los motores de búsqueda como Google sólo nos muestran aproximadamente el 5% de ella - el resto se almacena en la "web profunda". Incluso si borra información, es muy raramente imposible de rastrear. Páginas como www. pipl. com extrae datos de diferentes fuentes para crear un perfil sobre nosotros, y sus datos personales se utilizan para publicidad y marketing. Muchos servicios en Internet se pueden ofrecer "gratis", ya que sus datos personales son la moneda de cambio y se utilizan para la publicidad. Los cambios frecuentes en las condiciones de uso de dichos servicios significan que los usuarios no comprueban y restablecen su configuración de privacidad cada vez que sucede. Refiriéndose a la información personal, es una creencia generalizada que sólo se puede conocer a 5 personas realmente bien, y alrededor de 20 personas bastante bien; cuando una persona tiene 500 amigos en Facebook, su nivel de privacidad disminuye claramente y el riesgo se multiplica a través de su red de amigos (Fuente: UNITED (2012), p. 19)

Actividad online:

2) Divida al grupo en tres o cuatro y pídale a cada grupo que busque en Internet e informe al resto del grupo qué mecanismos de reporte tienen Facebook, Twitter, Instagram o Snapchat y cómo funcionan?

Reflexión: Es de vital importancia que el discurso de odio en línea y la discriminación digital no queden sin respuesta. Debido a la fluidez del contenido en línea, los informes deben ser lo más específicos posible. Sin embargo, involucrarse con aquellos que difunden el discurso de odio en línea es problemático. No funciona ser confrontacional y enojado.

Unas recomendaciones recogidas en el informe "Light On: your turn to stop racism":

La gente busca a otros que comparten su opinión en línea, creando una cámara de eco donde esa opinión se intensifica y radicaliza. Simplemente estar allí y discrepar tranquilamente provoca que algunos miembros del grupo cuestionen sus puntos de vista.

Si tu presencia es interpretada como un intento de convertirlos, ellos te rechazan.

Cuanto más se calla a la gente, se bloquea o elimina sus puestos, más radicales se vuelven a medida que se sienten más perseguidos.

Responder a los puestos hostiles de manera neutral. Esto inmediatamente permite que los extremistas dominen el espacio público. Al contestar la pregunta o declaración, también envías un mensaje de que el oponente es digno de tu tiempo.

Una vez que los haya enfrentado, resalte las partes irracionales de sus argumentos. Su contribución debe hacerles cuestionar su proceso de pensamiento, en lugar de la ideología, ya que esto crea una relación de "nosotros contra ellos".

Es importante comprometerse con seguridad y proteger sus datos personales.

ACTIVIDAD NR. 7: Un cronograma de discriminación

Etiquetas: Cambios, discriminación, discriminación, investigación

Introducción: Una línea temporal de discriminación tiene como objetivo averiguar, cómo y por qué las personas son discriminadas y si esta percepción cambia con el tiempo y quizás por qué.

Enfoque: Proporcionar a las instituciones las herramientas para averiguar quién y por qué se discrimina a las personas. Por ejemplo, si la percepción y las mentes de las personas cambian con respecto a la discriminación después de un acto terrorista o algo similar.

Objetivos: Combatir la discriminación digital y proporcionar herramientas y medidas para luchar activamente contra la discriminación en línea convirtiéndose en usuarios activos y reactivos. Averigüe cómo la discriminación interactúa con la sociedad.

Actividad offline:

Parte 1): En grupos pequeños, los participantes reflexionan sobre qué tipos de discriminación existen y de qué manera podemos desafiar y combatirla en línea. Alentar a los participantes a que pasen de ideas realistas en pequeña escala a escenarios más amplios y abiertos.

Actividad en línea:

Actividad online:

Parte 2): En pequeños grupos, encontrar ejemplos y sitios web con campañas contra la discriminación o para la inclusión, realizadas por diferentes actores: empresas, ONGs, individuos, etc. Discuta con todo el grupo las similitudes y diferencias en los métodos que utilizan para desafiar y combatir la discriminación. (Consulte la página de "enlaces" en este paquete.)

Reflexión: ¿Cómo puedo estar seguro en línea, mantener a otros seguros y desafiar la discriminación digital? Los participantes trabajan en grupos pequeños para desarrollar un mensaje sobre un tema que les interesa mucho. Presentan las ideas al grupo. El grupo da retroalimentación sobre lo que ellos piensan que funciona bien y por qué y lo que podría mejorarse y por qué.

Discuta con todo el grupo las maneras en que podrían diseminar sus investigaciones, proyectos y herramientas a sus grupos de pares y cómo medirían el éxito de su campaña. Dejemos que generen un mensaje fuerte, ¡podrían darlo al mundo!

Parte 3) Cronología de la discriminación:

Haga grupos pequeños de 2-3 personas. Van a hacer entrevistas con un pequeño cuestionario. El contenido del cuestionario será: Edad, Nacionalidad, Género, Grado Superior y 4 preguntas:

1. ¿Qué es la discriminación?
2. ¿Quiénes son discriminados?
3. ¿Cómo funciona la discriminación?
4. ¿Se siente discriminada?

En caso de investigación cualitativa:

Sería ideal para obtener alrededor de 50-75 muestras. Es importante que la encuesta sea anónima, por lo que ninguna grabación, ninguna fotografía, ninguna filmación de las personas entrevistadas, sólo respuestas escritas. Después de eso, pídales que clasifiquen las cosas que acaban de averiguar. (por ejemplo, en la segunda pregunta:"¿Cómo funciona la discriminación? las posibles respuestas podrían ser: vía Internet, vía crímenes, vía exclusión, etc.) Cuando tengan las categorías para las diferentes preguntas, discutan con ellos, si tienen más ideas y cómo se sintieron al hablar con extraños sobre este tema en particular.

En caso de investigación cuantitativa: Realice esta encuesta anónimamente en una institución donde pueda llegar a muchas personas (Escuela, universidad, instituciones juveniles, etc...). En el caso de la escuela, deje que los alumnos lleven el cuestionario a casa y que los padres lo llenen.

Después de eso, evalúe los datos comprobados con ellos y produzca un pequeño informe, un artículo de periódico o algo así. También sería posible dar una breve conferencia en una escuela o universidad para difundir la situación actual y sensibilizar.
Haga esta encuesta cada medio año/año y preste atención en detalle a lo que cambia con el tiempo y trate de poner sus resultados en contexto con, por ejemplo: problemas políticos reales, ataques terroristas o lo que se ajuste al tema. El resultado debería ser una pequeña línea temporal de discriminación. Lo ideal sería que todos los países participantes hicieran esa encuesta al mismo tiempo, para que pueda comparar los resultados en toda Europa.

ACTIVIDAD NR. 8: Peligros de las redes sociales y prevención

Etiquetas: Discriminación digital, ciberacoso, estafa, ciberacoso, discriminación oculta

Introducción: Este taller tiene como objetivo sensibilizar a los jóvenes y concienciar sobre contenidos criminales o peligrosos en las redes sociales.

Enfoque: Dar un panorama general sobre los peligros de las redes sociales, dar contramedidas para contrarrestar estos problemas y proporcionar una caja de herramientas para los educadores. Es muy importante conocer los peligros que uno intenta combatir.

Objetivos: Mostrar a los jóvenes los peligros posibles mientras navegan por Internet, especialmente cuando utilizan las redes sociales. Dales una visión general de las posibles medidas de prevención y guíales en la dirección de convertirse en usuarios responsables de Internet.

Actividad offline:

Peligros de las redes sociales
Los temas generales son: Cybergrooming/Cybermobbing, Redes Sociales, Riesgos en el uso de los medios de comunicación cotidianos, Smartphone y Tablet PC, Personalidad y Copyright, Estafa/robo de identidad/phishing etc.
Hay otros temas más específicos, en caso de que sea necesario usarlos o ajustarlos.
Haga grupos de 3-4 personas y dé a cada grupo un tema específico. Deberían leer el material informativo y discutir si eran conscientes de estos peligros o si ya estaban en contacto con uno de estos problemas. Reúna la información, preséntela y discútalo.
Dependiendo de lo detallado que haya sido la primera actividad, puede saltarse la Parte 2) e ir directamente a la Parte 3).

Actividad online:

Parte 2) Proporcionar a cada grupo más información (sitios web de ONG, policía, empresas, etc.) que trabajan en este campo. Pida a cada grupo que se ocupe de un sitio web específico y resuma lo que están haciendo exactamente, cómo están logrando y otra información relevante.
Después de que cada grupo hace una pequeña presentación sobre su tema, por lo que cada grupo se informa y están perfeccionando su conocimiento sobre los diferentes peligros y problemas en el mundo en línea.
Después de eso, darás algunos ejemplos de discriminación en el Internet y les proporcionarás información más relevante, especialmente que la discriminación en línea es a menudo una ofensa criminal y puede ser castigada con una multa (dinero) o incluso con prisión.
Parte 3) Proporcione a los participantes información sobre la discriminación oculta y abierta. A continuación, deje que busquen en Internet en una red social de su elección (Facebook, Twitter, Youtube, etc.) comentarios discriminatorios, mensajes, vídeos, etc.
Pídales que tomen capturas de pantalla e informen el contenido a los operadores de red.
Las capturas de pantalla son para la organización respectiva, en caso de que encuentres algo que es un posible delito, puedes reportarlo a las autoridades.

ACTIVIDAD NR. 9: NVC online - introducción al concepto de comunicación no violenta y su posible uso en la comunicación online.

Etiquetas: Jóvenes trabajadores, Rosenberg, NVC, discurso de amor, discurso de odio, discurso de odio, NVC en línea

Introducción: Hay muchos discursos de odio en Internet y ¿hay algún discurso de amor contrario? El objetivo de la actividad es reflexionar sobre cómo podría verse otro idioma utilizado en la comunicación por Internet y cómo podría cambiar la manera en que respondemos a los demás en las interacciones en línea.

Enfoque: Proveer a los educadores con información y herramientas para introducir, promover y fomentar formas no violentas de comunicación en Internet.

Objetivos: Reflexionar sobre las diferentes formas de comunicación en línea
Buscar y explorar ejemplos de "habla amorosa" en Internet.
Introducir el concepto de comunicación no violenta
Reflexionar sobre la posible implementación del concepto de comunicación no violenta en las interacciones en línea.

Actividades: (máximo 4, descripciones generales, sin ejemplos)
Ejemplos de discursos de amor y odio + discusión
A los participantes del taller se les da la tarea de buscar los ejemplos de discurso de odio y amor en Internet. Trabajan en los grupos más pequeños (máx. 3). Para este momento deben ser ellos los que definan el concepto de discurso amoroso. Los resultados de la investigación se presentan a todo el grupo. La discusión sigue en el discurso del amor, cómo se parece, qué clase de palabras se utilizan. Las palabras del discurso de amor están escritas en el rotafolio por el facilitador.
Vídeo de Rosenberg, presentación de la teoría
Se presenta a los participantes el video de Marschall Rosenberg hablando sobre el concepto y compartiendo los ejemplos de su trabajo. Después de ver el video, se les da tiempo para comentar a los participantes, se les anima a resumir lo que escucharon, lo que entendieron, compartir su propia experiencia y expresar sus sentimientos y pensamientos con respecto al concepto de comunicación no violenta. La teoría de la comunicación no violenta es presentada por el facilitador y los participantes reciben los folletos con la explicación de las necesidades y sentimientos básicos cuando las necesidades son satisfechas y no satisfechas.
Rosenberg en Internet
El facilitador fomenta la discusión sobre cómo se puede utilizar este concepto en el contexto de las interacciones en línea entre usuarios. Qué nos enseña el concepto y cómo transferirlo al mundo online.

ACTIVIDAD NR. 10: ¿Podría ser una víctima?

Etiquetas: Intimidación en línea, victimización, fotos, auto-representación, empatía, comunicación.

Introducción: A menudo lo que vemos no corresponde a la realidad. El mensaje detrás de un cierto contenido o la intención del que lo compartía podría ser muy diferente de lo que la gente entiende, especialmente en el caso de contenido ambiguo. Este ejercicio quiere animar a los usuarios a entender el significado y el mensaje real detrás de ciertos tipos de contenido, yendo más allá de los comentarios o impresiones de otros usuarios y repensando diferentes maneras de expresar el mismo mensaje.

Objetivos: Entender el mensaje real detrás de una foto o comentario específico y aprender a crear un contenido inequívoco presentando una idea o pensamiento determinado de una manera que no ponga en peligro nuestra reputación o imagen.

Actividad offline: Busca comentarios ambiguos o imágenes tomadas de Facebook, Instagram, Twitter y plataformas similares. Éstas deberían caracterizarse por la exposición de las personas (personas que muestran su cuerpo de manera sexualizada, personas que comparten fotos o vídeos de los desafíos que han tomado, puestos donde la gente comparte detalles muy personales de sus vidas, etc.). y otros reaccionando negativamente a estos contenidos.
Si los medios de comunicación social de uno no tienen tal tipo de contenido es posible buscar en Google para las posibles imágenes y mensajes.
Una vez que encuentre el material, pida a los participantes que trabajen en grupos pequeños y escriban sus primeras reflexiones sobre una imagen o comentario específico. Éstos podrían ser positivos o negativos y no necesitarían mucha reflexión o reflexión de antemano.
Una vez que hayan terminado de expresar sus opiniones, muéstreles la reacción negativa de otras personas al mismo contenido y compare sus reacciones con la reacción de otras personas. Una vez que quede claro que la mayoría de las respuestas al post son negativas, reflexiona sobre el mensaje que la imagen o post quiere compartir con el resto del mundo.
Después de discutir sobre el significado que se pretende dar al mensaje, pida a los estudiantes que reflexionen sobre maneras alternativas y menos ambiguas de difundir el mismo mensaje. Es ideal mantener el mismo formato que el correo original (una foto menos provocativa para uno muy provocativo; un desafío anti y no dañino para uno peligroso, etc.).

Actividad online: Pida a los participantes que busquen en línea, en sus plataformas de medios sociales, fotos o artículos como los anteriores. Si encuentran ese tipo de contenido, necesitarán reflexionar sobre el mensaje real detrás de ese material específico y comentarlo de manera positiva y constructiva.
Si se sienten con ganas de compartir algo en línea, se les debe animar a hacerlo de una manera que no los comprometa a ellos o a su imagen.

ACTIVIDAD NR. 11: Cuestionar la discriminación en línea

Etiquetas: Desafío, discriminación en línea, reaccionar, ayuda, apoyo.

Introducción: ¿Dónde podemos encontrar ayuda para hacer frente a la discriminación en línea o el ciberacoso? ¿Cómo podemos evitar la escalada de la situación? Esta actividad tiene como objetivo ayudar a los participantes a encontrar lo que pueden hacer desde un punto de vista práctico para afrontar las consecuencias de la intimidación online. Aquellos que participen en la actividad aprenderán a intervenir de forma práctica en caso de que un amigo, un miembro de la familia o ellos mismos se enfrenten a problemas como el aislamiento, la depresión, la autolesión, los comportamientos suicidas y estados similares debido a la intimidación y la discriminación en línea. Los participantes aprenderán cómo detectar signos de que algo anda mal, quiénes se ponen en contacto para obtener ayuda, qué organizaciones podrían apoyarlos y cómo intervenir legalmente cuando sea necesario.

Enfoque: Encontrar organizaciones, entidades públicas y privadas, líneas de ayuda, programas gubernamentales específicos, etc. que puedan ayudar a las víctimas de la discriminación y ciberacoso en línea.

Objetivos: Aprenda sobre las organizaciones e iniciativas disponibles en diferentes países para ayudar a las personas afectadas por la violencia en línea. Saber cómo detectar signos de angustia e intervenir oportunamente buscando la ayuda de los organismos apropiados.

Actividad offline: Entender cómo detectar signos de angustia, depresión y aislamiento. Esto podría hacerse poniéndose en contacto y celebrando una sesión con un experto en salud mental que podría explicar algunas de las formas en que se manifiestan las cuestiones antes mencionadas, qué medidas deberían adoptarse, cómo deberían abordarse y así sucesivamente.

Actividad online: Busque en línea instituciones, organizaciones, organismos públicos y privados o programas que puedan ayudar a las víctimas de la discriminación en línea. Dado que estas organizaciones varían de un país a otro, es importante saber dónde encontrar ayuda en cada contexto.

Una vez realizada esta investigación, es aconsejable ponerse en contacto con las organizaciones y participar en su trabajo. Incluso compartiendo su trabajo o contenido de sus actividades online en los medios sociales de los participantes.

RECURSOS PARA JÓVENES

ACTIVIDAD NR. 12: TEST. Mantenerme seguro, mantener a otros seguro ¿Dónde estás en la línea de seguridad on-line?

Seguridad on-line

Una contraseña para todo Utilizo mi nombre completo como contraseña en todas las webs.	**Difícil de pillar** Mi contraseña es una mezcla de mayúsculas, símbolos y números. No uso palabras que salgan en el diccionario. Tengo contraseñas diferentes para cada página web que utilizo.

¿Cuántos?

Pocos amigos de verdad Tengo los mismos amigos off y on-line. Sé quiénes son y los he conocido en la vida real.	**Muy popular** Tengo muchos amigos. No puedo seguirles la pista. Algunos nunca los he conocido y no sé nada de ellos. ¡Podrían ser cualquiera! La gente se pone en contacto conmigo todo el rato. Los acepto a todos y les doy acceso a todo mi contenido on-line.

Tiempo de respuesta

Instantánea Mis dedos son rápidos, si me mandas un mensaje/imagen/comentario te responderé inmediatamente. Quizá no haya leído o entendido todo lo que has compartido conmigo, pero si quieres una respuesta a la velocidad de la luz, ¡ese soy yo!	**Ya te contestaré** Me gusta tomarme mi tiempo para responder, quiero entender y pensar sobre lo que has compartido conmigo. Al igual que tú te tomaste un tiempo para contactarme, yo también quiero plantearme cómo responderte.

Una imagen vale más que mil palabras

Muestras y explicas Quiero que todo el mundo sepa lo que he estado haciendo, dónde y con quién. También quiero compartir con todos cada foto que hago de cualquiera. No pido permiso. Si te hago una foto ya sabes qué haré con ella. Si estabas allí era porque querías que todo el mundo lo supiera. Me encantan los autorretratos (*selfies*) y los cuelgo todo el rato. No me importa que cualquiera los veas y los utilice.	**No pongas mi cara, por favor** Me gustan las fotos de la gente; siempre pido permiso si voy a compartir una foto de mis amigos. Tengo una zona privada para fotos que no pueden verse/compartirse sin mi permiso. Para mi perfil suelo utilizar un icono o avatar en lugar de una foto. Sé que nunca podré borrar las fotos que están en internet y que cualquiera puede usarlas y verlas, aunque no me importa porque escojo mis fotos de forma consciente antes de colgarlas.

Reflexión: ¿Hay algún cambio que quiero hacer en mi actividad on-line? ¿Hay algo que pueda hacer ahora mismo?
S/N - si es SÍ: ¿qué es?
¿Necesitas ayuda para que tus redes sociales sean más seguras? ¿Hay algo de lo que no estás seguro? ¡Pide ayuda! Habla con tus amigos o con los adultos de confianza. También puedes encontrar información on-line, mira los 'links' en esta web (http://digitaldiscrimination.eu/pack/).

ACTIVIDAD NR. 13: ¿Cómo hacer buenos *selfies*?

Cuando haces y compartes una foto hay muchos factores que influencian sobre cómo se convierte en una buena imagen con un impacto real en las redes sociales. Las apps y los filtros para editar pueden ayudar, pero las imágenes realmente originales dependen de qué y cómo fotografías.

Para inspirarte, échale un vistazo a este proyecto donde el artista JR ha invitado a que la gente le envíe *selfies*, que ha convertido en posters: http://www.insideoutproject.net/en/best-of

Cuando haces fotos de ti mismo o de otros, lo que marca la diferencia es la originalidad de la composición, la pose y el contexto. ¿Qué significa esto? Bueno, básicamente tienes muchas opciones sobre cómo tomar la foto y qué texto le añades, y depende de lo que elijas la imagen será más o menos interesante.

Es importante tener en cuenta que en cada retrato trasmites emociones a los demás. Puedes hacer que quien la vea se sienta una persona feliz, divertida, animada o triste, infeliz, enfadada... todo puede ser interesante, pero necesitas reflexionar sobre qué quieres trasmitir.

El añadir texto es una muy buena opción para que la imagen destaque más. Aquí tienes algunos ejemplos hechos con Instagram:

Al mismo tiempo es importante recordar que cualquier imagen que compartas en las redes sociales nunca se podrá borrar. Sí, de verdad, pues la mayoría de redes sociales comparten tus imágenes muy rápido, y una vez las tiene alguien ya no puedes recuperarlas. Así que debes estar completamente seguro de que no te importa que cualquier otro vea tu foto durante un largo periodo de tiempo.

Además, en el entorno on-line no hay barreras, y tu foto puede llegar a millones de personas que no conoces, y pueden hacer comentarios que te gustan, pero otros que no. Así pues, si compartes por ejemplo una imagen sexy, asegúrate de que sea algo que no te importa que cualquiera la pueda ver, pues no tendrás ningún control de por donde circula. Antes de colgarla, siempre piensa: si está en internet la podrán ver mis padres, mis profesores, mis amigos, y también toda la gente que ni siquiera conozco y que me son completamente ajenos...

Por estos motivos es importante que tengas una imagen potente, donde puedas añadirle texto e incluso emoticonos. Un corazón o una cara sonriente o incluso enfadada añadida a una imagen que cuelgues dirá mucho más que muchas palabras, pero también te hará pensar en primer lugar sobre cómo te sientes e invitará a los demás a sentir lo mismo.

Si la foto incluye a otra gente, asegúrate de que están completamente de acuerdo en que la compartas. En la mayoría de redes sociales puedes escoger la opción de compartir con una persona, un grupo específico o con todo el mundo que te sigue. Si tu foto incluye a otra gente, es mejor que les preguntes primero si les gusta que la compartas (quizá no les guste la foto o sencillamente no quieren que la vea todo el mundo).

RECURSOS PARA EDUCADORES/FORMADORES – CASOS DE ESTUDIO

CASO DE ESTUDIO 1: #clavícula

Descripción del caso y como comenzó:
La moda de la clavícula apareció brevemente en los medios sociales chinos en 2013, pero recibió mucha más atención desde que el post reapareció en 2015. Según los sitios de noticias chinos citados por ABC news, la tendencia de desafío #collarbone se inició el 16 de junio de 2015, en la misma red social responsable del ombligo desafío "Weibo". En China, miles de mujeres empezaron a subir fotos suyas con montones de monedas en sus clavículas. La lógica es que cuanto más pronunciada es su clavícula, más monedas que puede caber en la brecha, y por lo tanto más delgado y más sexy que usted es.

Red social: Weibo (red social popular en China, el Twitter chino)

Grupo objetivo: Mujeres jóvenes

Cuál es el impacto (¿a cuantas personas ha llegado, a cuantos países qué países e idiomas, ha trascendido a otros medios o a otros medios off-line?)
Al igual que otras tendencias que avergüenzan el cuerpo que surgieron antes de él, el desafío del cuello de botella podría tener un impacto real extremadamente peligroso sobre las niñas y mujeres jóvenes vulnerables, promoviendo los trastornos alimentarios y otros comportamientos peligrosos. Enviar un mensaje negativo sobre la imagen corporal que podría dañar, el bienestar psicológico y físico (implica que la flaccidez es la única forma aceptable de ser sexy).
El tema de la tendencia sorprendió a más de 34 millones de hits en 24 horas después de que la actriz china Lv Jiarong publicara una foto de su balance de alrededor de 80 monedas en sus dos clavículas en su perfil de cuenta "Weibo". Esta tendencia se ha hecho muy popular en Instagram, cruzando por todo el mundo y abarcando muchos idiomas diferentes. No sólo las mujeres se han sumado al desafío, sino que también los hombres jóvenes promueven esta práctica.

Capturas de pantalla del caso:

¿Qué soluciones, anti-campaña, respuestas positivas lo ha provocado, o puede sugerir alguna solución?
La National Eating Disorders Association "NEDA" y The Butterfly Foundation han criticado esta tendencia, asegurando el peligro de promover la alimentación desordenada y la mala imagen corporal en niñas y mujeres jóvenes. Proporcionan una línea de apoyo para cualquier persona que lucha y busca tratamiento. También usted podría encontrar muchos artículos de nutrición y páginas web que están en contra de esta práctica de tendencia, indicando que esta no es la manera de conocer su apariencia física.
Algunos participantes han dado al desafío un giro divertido, cargando fotos sosteniendo o equilibrando objetos aleatorios en sus clavículas y pechos. Esto puede ser tomado como una forma anti-campaña para protestar contra estas prácticas con un poco de sentido del humor y sarcasmo.

Una nueva página en Instagram que promueve los retos de tendencias antidiscriminatorias, en la que jóvenes y mujeres pueden publicar fotos donde pueden mostrar su satisfacción con sus cuerpos sin tener que seguir los retos de tendencias en la web.

Capturas de pantalla de anti-campaña positiva:

Photo: Instagram.

Photo: Instagram. *Source:Supplied*

#MyBodyIsNotaChallenge

"Esta noche esta noche me he visto buscando diferentes locuras (originales de China) que tenían gente mostrando lo delgados que eran al comparar pedazos de sus cuerpos con diferentes objetos. Hay mucho que podría decir aquí y mucho que quiero decir. El único que diré es que recuerdes tu valor. Porque todo el mundo vale más que si ciertas partes del cuerpo encajan detrás de objetos inanimados".

#bodypositivity #A4Waist#CollarboneChallenge #CoinHand#iPhone6

#BellyButtonChallenge

CASO DE ESTUDIO 2: #Bikinibridge

Descripción del caso y como comenzó:

La "tendencia" de #bikinibridge salió a principios de enero de 2014 de un foro en línea llamado 4chan dedicado a crear engaños virales a través de Internet. Consiste en publicar fotos de mujeres mostrando la brecha creada entre su parte inferior del bikini y el estómago cóncavo cuando están acostadas en una doble pieza. Para hacerlo, las mujeres tienen que ser muy delgadas.. De hecho, el concepto de puente de bikini existía desde 2009. Fue conocido y utilizado en foros pro-anorexia, según Katie Lowe, una bloguera especializada en imagen corporal y salud, dijo a Daily News. Pero realmente se convirtió en una tendencia global a través del engaño creado por 4chan. Todo lo que hizo falta fue un falso Tumblr, capturas de pantalla de falsos tweets de celebridades como Harry Styles y Justin Bieber apoyando el puente del bikini, y he aquí una tendencia de Internet, con la mala suerte de que no todo el mundo sabía que esto era una broma...

La razón detrás del chiste de 4chan fue denunciar la facilidad con la que se puede crear una tendencia dañina para las mujeres y cómo los medios sociales se hacen eco de ella. Pero una vez lanzado y alto, el "puente del bikini" se ha extendido muy rápido y fue malentendido por la mayoría de los usuarios.

Red social: Comunidad virtual 4chan, una especie de plataforma dedicada a crear bromas virales a través de Internet

Grupo objetivo: Mujeres

Cuál es el impacto (¿a cuantas personas ha llegado, a cuantos países qué países e idiomas, ha trascendido a otros medios o a otros medios off-line?)

En pocos días, se convirtió en uno de los temas más famosos de los medios sociales. Hasta el punto de que se ha convertido en una moda peligrosa. Los usuarios de Internet, especialmente las mujeres, crearon cuentas Instagram, Twitter y Tumblr y llenaron sus paredes con artículos para y contra el puente del bikini.

En Facebook podemos encontrar docenas de grupos y páginas sobre él (Puente del Bikini, Puente de los Amantes del Bikini, Puente Oficial del Bikini, Puentes del Bikini más Calientes, L' Arco della Felicità...), algunos de ellos con más de diez mil gustos. Y lo mismo vale para Twitter o Instagram. Al final, el "chiste" se ha convertido para muchos en una realidad.

Capturas de pantalla del caso

¿Qué soluciones, anti-campaña, respuestas positivas lo ha provocado, o puede sugerir alguna solución?

Se pueden encontrar muchos artículos sobre el tema. Todos ellos señalan el peligro de que estas tendencias, que pueden llevar a algunas mujeres jóvenes que ya sufren trastornos alimentarios, sigan cayendo en sus excesos. Muchos de los artículos también deploraron el modo en que una tendencia viral negativa en los medios sociales puede convertirse en una directiva para los jóvenes.

A diferencia del desafío del ombligo, no encontré muchos mensajes anti-campaña positivos sobre el tema, está escrito que muchas personas publicaron fotos o comentarios para mostrar su desacuerdo con respecto a esta nueva tendencia, pero no es tan visible como en el caso del desafío del ombligo.

Sin embargo, la campaña anti-campaña #TREMDVICTIM hizo un post sobre ella en su página de Instagram y podemos encontrar algunas fotos de personas que están haciendo.

Capturas de pantalla de anti-campaña positiva:

Enlace a un video encontrado en Facebook: “No Bikini bridge please!”

http://www.africaciel.com/afrique/multimedia/index/clips-nMyfJA6I_HY.html

Una mujer está entrevistando a hombres y mujeres en la playa mostrándoles fotos de puentes de bikini y pidiendo su opinión. La mayoría de las mujeres y hombres entrevistados dijeron que estaban en contra, diciendo que esas mujeres eran demasiado flacas y no atractivas, que se veían insalubres.

CASO DE ESTUDIO 3: #bellybuttonchallenge

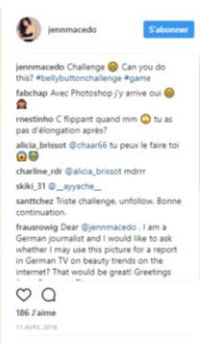
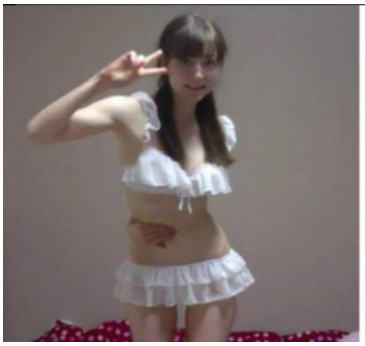
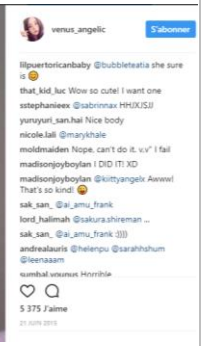
Descripción del caso y como comenzó:
La mujer Belly Button Challenge consiste en tratar de alcanzar la espalda y tocar el ombligo para probar que uno es lo suficientemente delgado como para hacerlo. Si tienes éxito, demuestra que estás en buena forma. El desafío comenzó en junio de 2015 en los populares medios sociales chinos Weibo.

Red social: Weibo (medios sociales chinos populares, Twitter chino)

Grupo objetivo: El objetivo principal son las jovencitas usuarias, pero también los hombres jóvenes.

Cuál es el impacto (¿a cuantas personas ha llegado, a cuantos países qué países e idiomas, ha trascendido a otros medios o a otros medios off-line?)
El desafío generó no menos de 320 millones de visitas y más de 372.000 comentarios y se autodefine en Weibo, el Twitter chino.
Se ha extendido muy rápidamente a través de Internet (Twitter, inestagram, youtube). He visto muchos mensajes en chino, inglés, español, francés e inglés. Algunos en ruso también.

Capturas de pantalla del caso:

¿Qué soluciones, anti-campaña, respuestas positivas lo ha provocado, o puede sugerir alguna solución?
Este desafío ha recibido muchas críticas. Todos los artículos de los periódicos sobre el tema describen esta tendencia como especialmente amenazante para la salud de las mujeres jóvenes. Muchos profesionales de la salud, como médicos y nutricionistas, denuncian esta disculpa por la excesiva delgadez que puede conducir a los trastornos alimentarios, la estigmatización de las personas obesas, etc.
Además, muchas mujeres enviaron mensajes (principalmente en Instagram) positivos anti-campaña (por favor, véanse las capturas de pantalla a continuación) con el fin de resaltar los desafíos que consideran ridículos y perjudiciales para la salud y la autoestima de las mujeres. Chicos, nuestro cuerpo no está hecho de plástico duro, nuestros cuerpos se estiran y se mueven, cicatrizan y se marcan. Nuestros cuerpos se mueven y cambian con nosotros a lo largo de nuestras vidas y nos permiten lograr cosas increíbles, a pesar de cómo se ven!
Así que cada vez que aparezca tu vientre, ya sea jiggly y estirado, con cicatrices, apretado, tonificado, pálido, oscuro, peludo, duro o suave y blando, ¡es tuyo! Es una parte de ti, pero sólo una parte de ti. NO define tu valor!"
The Spanish anti-campaign #Trendvictim (videolink: https://vimeo.com/201577013) propone colgar una foto burlándose de estos desafíos junto con el hashtag original del desafío y añadiendo el hashtag de la campaña # Trendvictim - tu belleza no se mide en gustos.
La idea principal detrás de todos esos mensajes positivos es que necesitamos hacer más para promover la aceptación de la diversidad en los cuerpos de las mujeres y desarrollar la

resistencia de los jóvenes a esos tipos de imágenes. Para revertir la tendencia, deberíamos desafiar a las personas a que demuestren su capacidad de ayudar a los demás.

Capturas de pantalla de anti-campaña positiva:

" Por favor, dígame, ¿por qué es que medimos tanto de nuestro valor basado en esta parte de nuestro cuerpo, nuestras barrigas! Hay una obsesión anormal y dañina para que las mujeres obtengan vientres lisos, planos, ajustados y tonificados.
Incluso hay clases de fitness dedicadas a ello. Ya sabes, el entrenamiento de los viejos BBT Thighs). Hay píldoras, envolturas y sacude ese mercado a miles, afirmando que te quita la gras vientre. Entre todos estos "productos y servicios", las expectativas de la sociedad y las condenadas tendencias hashtag como #bikinibridge y#bellybuttonchallallenge tenemos que hacer un trabajo serio!
Chicos, nuestros cuerpos no están hechos de plástico duro (la mayor parte del tiempo) nuestros cuerpos, se estiran y se mueven, cicatrizan y se marcan. Nuestros cuerpos se mueven y cambian con nosotros a lo largo de nuestras vidas y nos permiten lograr cosas increíbles, a pesar de cómo se ven!
Así que cada vez que aparezca tu vientre, ya sea jiggly y estirado, con cicatrices, apretado, tonificado, pálido, oscuro, peludo, duro o suave y blando, ¡es tuyo! Es una parte de ti, pero sólo una parte de ti. NO define su valor!"
Bellyloveo #Bellyloveo #bellylove #bodypositivo #amor de ti mismo#Yeareamazing #fuckdietculture#effyourbeautystandards

#TRENDVICTIM
La campaña Trend victim reflexiona sobre la influencia de los desafíos en las redes sociales que consisten en medir la delgadez de los caminos inesperados. Estos desafíos contribuyen a la creación de complejos e inseguridades que provocan la interrupción de los alimentos ". Lo que esta campaña propone es colgar una foto burlándose de estos desafíos junto con el

hashtag original del desafío y añadiendo el hashtag de la campaña # Trendvictim - su belleza no se mide en gustos.

CASO DE ESTUDIO 4. Blue Whale Challenge

Descripción del caso y como comenzó:

El Juego de la Ballena Azul, también conocido como "Blue Whale Challenge", es un fenómeno de las redes sociales del siglo XXI que se supone que existe en varios países y que comenzó al inicio del año 2016. Según circula por la red, el juego consiste en realizar una serie de tareas que los administradores del juego asignan a los jugadores durante un período de 50 días, y finaliza con un último reto que exige al jugador a suicidarse. La "Ballena Azul" llegó a la opinión pública en mayo de 2016 a través de un artículo en el periódico ruso Novaya Gazeta, donde se relacionaban muchos suicidios infantiles con la pertenencia al grupo "F57" en la red social rusa VKontakte. Una ola de pánico moral asoló Rusia.

Como resultado la policía procedió a arrestar in 2016, a Philipp Budeikin, un antiguo estudiante de psicología de 21 años que fue expulsado de su Universidad. Este confesó que había creado este juego en el año 2013. Dijo que su intención era limpiar la sociedad presionando a las personas a quienes él consideraba que no tenían ningún valor a suicidarse. Aunque originalmente afirmaba su inocencia y decía que "sólo se estaba divirtiendo", Budeikin fue arrestado y retenido en la prisión de Kresty, San Petersburgo, y en mayo de 2016 se declaró culpable de "incitar al menos a 16 adolescentes a suicidarse". Más tarde fue condenado por dos cargos de incitación al suicidio de un menor de edad.

Red social: VKontakte – red social rusa (en su fase inicial), aqunue el juego on-line apareció posteriormente en otras redes sociales

Grupo objetivo: Aunque muchos expertos sugieren que "Blue Whale" fue originalmente un engaño sensacionalista, creen que es probable que este fenómeno haya dado lugar a casos de autolesiones imitativas y grupos de imitadores, dejando a niños y niñas vulnerables en riesgo de ciberacoso. La Ballena Azul se describe como un juego basado en la relación entre participantes (o aspirantes) y administradores. Los administradores prescriben una serie de deberes que los jugadores deben cumplir, generalmente uno por día, algunos de los cuales implican autolesiones y automutilaciones.

Cuál es el impacto (¿a cuantas personas ha llegado, a cuantos países qué países e idiomas, ha trascendido a otros medios o a otros medios off-line?)

Desde 2016, diferentes países como Argentina, Bangladesh, Brasil, Bulgaria, Chile, China, India, Iran, Italia, Kenya, Pakistan, Polonia, Portugal, Rusia, arabia Saudía, España, Serbia, USA, Turquía y Uruguay han reportado casos de autolesiones, automutilaciones o incluso casos de suicidio que podrían estar ligados a este fenómeno.

Capturas de pantalla del caso:

¿Qué soluciones, anti-campaña, respuestas positivas lo ha provocado, o puede sugerir alguna solución?

- En marzo de 2017, la ministra rumana de interior, Carmen Dan, expresó su honda preocupación sobre este fenómeno y la alcaldesa de Bucarest Gabriela Firea describió el juego como "extremadamente peligroso".
- In Brasil, como respuesta al juego, un diseñador y un publicita de Sao Paulo creó un movimiento llamado Baleia Rosa (Ballena Rosa) que llegó a ser viral. Se apoyó en la colaboración de cientos de voluntarios. El movimiento se fundamenta en centrase en tareas positivas que valoran la vida y combaten la depresión. También en Brasil, Sandro Sanfelice creó el movimiento Capivara Amarela (Capybara amarilla), que propone "combatir el juego de la Ballena Azul" y guiar a las personas que buscan algún tipo de ayuda. Los participantes se dividen entre los aspirantes, que son las personas que buscan ayuda, y los curanderos, que son como padrinos de estas personas.
- En Belo Horizonte y el área metropolitana de Recife en Brasil, algunas escuelas promovieron una serie de conferencias para hablar sobre el juego de la ballena azul. La policía brasileña, los especialistas en la represión del cibercrimen (Dercat) en Piauí están preparando una intervención para alertar a los jóvenes sobre los peligros del juego.
- En USA, un portal web que se llama también "Blue Whale Challenge" (que no se identifica como un espacio para combatir el juego) ofrece un una serie de retos durante cincuenta días para promover el bienestar y la salud mental.
- En agosto de 2017 el Ministerio hindú de Electrónica y Tecnologías de la Información hizo un llamamiento formal a diversas empresas de internet (entre las que se incluían Google, Facebook, y Yahoo) to para que borraran todos los enlaces que podían dirigir al juego.
- En octubre de 2017, el ministro de interior de Bangladesh Asaduzzaman Khan encargó a la Comisión Regulatoria de las Telecomunicaciones investigar el juego Blue Whale después de haberse reportado una serie de suicidios en el país. Este organismos emitió un nota donde se solicitaba a todas las personas que contactaran con ellos a través de un número de teléfono en el caso de que tuvieran alguna información relacionada con este fenómeno. Un mes más tarde, el Tribunal Superior de Justicia de Bangladesh ordenó la prohibición durante seis meses de los paquetes especiales nocturnos de Internet proporcionados por diversos operadores de telefonía móvil en todo el país con el fin de frenar los suicidios provocados por el juego.

Capturas de pantalla de anti-campaña positiva:

CASO DE ESTUDIO 5: #A4challenge

Descripción del caso y como comenzó:

Una tendencia está barriendo el Internet donde las mujeres (y algunos hombres) están sosteniendo pedazos de papel para impresora A4 de 8.3 pulgadas de ancho para mostrar lo pequeña que es su cintura.

Se llama el #A4Waist o #A4WaistChallenge, y según The New York Times, comenzó en China donde hay cientos de fotos en plataformas de medios sociales como Weibo, Weixin y WeChat. El desafío consiste en que la mayoría de las mujeres sostienen hojas de papel y se llevan consigo mismas - "ganan" si el papel oscurece completamente su cintura. Se llama el "desafío A4" después del tamaño de papel estándar de tan sólo 21 cm (8,3 pulgadas) de ancho.

Red social: Instagram

Grupo objetivo: Principalmente mujeres jóvenes

Cuál es el impacto (¿a cuantas personas ha llegado, a cuantos países qué países e idiomas, ha trascendido a otros medios o a otros medios off-line?)

Desde China, el desafío se ha extendido por todo el mundo a medida que cada vez más personas son conscientes de esta tendencia. Buscando Instagram y Twitter, ahora hay cientos de mensajes etiquetados como #A4Waist.

Como tantas locuras de fitness en los medios de comunicación social, el desafío de la cintura A4 ignora la noción de que lo que es saludable para una persona no es para alguien de diferente estatura o forma, y exige ciegamente los mismos resultados de todos sus participantes, independientemente de si eso es saludable para ellos o no.

Capturas de pantalla del caso:

¿Qué soluciones, anti-campaña, respuestas positivas lo ha provocado, o puede sugerir alguna solución?

Ha sido criticado como irresponsable y potencialmente insalubre. Muchos críticos en línea abogan por que el desafío, al igual que otras tendencias similares anteriores, podría promover los trastornos alimentarios y la vergüenza corporal.

Si el desafío demuestra algo, demostró que un número creciente de mujeres están dispuestas a esforzarse por mejorar su forma física haciendo ejercicio y deporte, en lugar de limitarse a pasar hambre o a tomar píldoras dietéticas para perder peso. No están sacrificando su salud. Por el contrario, se están haciendo más fuertes. Las imágenes publicadas son la mejor prueba de su orgullo y confianza en ella.

Además, muchas personas se opusieron a este reto ridículo respondiendo directamente con sus propias fotos en papel.

Capturas de pantalla de anti-campaña positiva:

ESTUDIO DE CASO 5: "Hejtstop" (#ryjkuzniara – Hejtstop.pl)

Descripción del caso y como comenzó:
A menudo nos enfrentamos a la tendencia de percibir que los mensajes publicados en Facebook, Twitter y otros sitios web son menos serios, menos importantes que los que vemos en "el mundo real". Mucho más agresividad verbal y odio se puede observar mientras nos desplazamos por nuestro Facebook que en situaciones casuales de la vida o mientras hablamos con amigos. El discurso de odio está presente en los medios sociales con una intensidad y un sentido de impunidad mucho mayor que en nuestra vida cotidiana.

Red social: Facebook, Youtube, Twitter

Grupo objetivo: Personas comunes que son blanco de discursos de odio basados en su raza, opiniones políticas o religiosas, orientación sexual.

Cuál es el impacto (¿a cuantas personas ha llegado, a cuantos países qué países e idiomas, ha trascendido a otros medios o a otros medios off-line?)
Este tipo de comportamiento social se propaga por todo el mundo. La acción particular del contador descrita aquí se hizo en Polonia como #ryjkuzniara - Hejtstop. pl

¿Qué soluciones, anti-campaña, respuestas positivas lo ha provocado, o puede sugerir alguna solución?
El grupo brasileño "Criola" ha lanzado una campaña social bajo el eslogan "Racismo Virtual, Consecuencias Reales" (original: Racismo Virtual, Consequencias Reais, de Racismo Virtual, Consecuencias Reales), que plantea comentarios públicos sobre comentarios racistas publicados en medios sociales. Los comentarios racistas se publican en forma de vallas publicitarias en lugares públicos. "Criola" encuentra entradas y comentarios racistas en la web y luego usa datos de ubicación para rastrear el vecindario del autor y alquilar una cartelera o espacio para carteles con su comentario. De esta manera, los mensajes racistas publicados en los medios sociales resultan visibles cerca del hogar de sus autores. Este es un tipo de estigma público que te hace darte cuenta de que en Internet no puedes sentirte irreprimible. Su nombre y su foto están borrosos, pero la advertencia es clara y clara.

http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/southamerica/brazil/12026054/Trolls-racist-comments-get-plastered-on-billboards-near-their-homes.html DIFUNDE LA PALABRA-
Iniciativas similares también han encontrado recientemente un nicho en Polonia. El perfil del "Center for Monitoring Racist and Xenophbic Behaviors" comparte en sus mensajes de cuenta del FB, mensajes hechos públicos por los usuarios polacos. El hecho de publicar sus mensajes de odio rara vez es entendido plenamente por los usuarios polacos de Facebook, y a menudo el autor de un artículo estigmatizado admite que comete un error y se arrepiente.
En Polonia también se creó un tipo particular de respuesta. Se trata de un vídeo realizado con la participación de un periodista Jaroslaw Kuzniar que pertenece a celebridades dadas las cargas de odio online en Polonia. Esta película en particular está promoviendo la campaña "HEJTstop", y ha sido llamada "Ryj Ku? niara". La campaña está dirigida como una respuesta satírica para hacer frente a la oleada de agresiones en línea (los llamados "heyts") y la promoción de actitudes contra todo tipo de antisemitismo, discriminación, xenofobia, racismo, fascismo y homofobia.
Enlace al video #ryjkuzniara https://youtu.be/IwqrsPAAfuw

ESTUDIO DE CASO 6: "The Underboob Pen Challenge"

Descripción del caso y como comenzó:

Las mujeres jóvenes están tomando fotos de sí mismas con bolígrafos metidos en sus tetas y colgando en medios sociales con #underboobpenchallenge. Victoria Ho en su artículo para Mashabe escribe que el desafío viene de Japón y comenzó en 2016 en Weibo. En la década de 1970, cuando el concepto de ir sin sostén era un tema candente y víctima de debate, una mujer sugirió públicamente que si una mujer puede colocar un lápiz debajo de su pecho y el pecho es lo suficientemente grande para sostenerlo allí, es lo suficientemente grande como para requerir algunos canastos de boobie. Reversamente significa que si tu lápiz se cayó al suelo, tenías libertad para quemar tu sostén ", escribe Kaitlyn Wylde. De alguna manera, esta noción se convirtió en un divertido juego de fotografía para las mujeres jóvenes para mostrar su fracaso de la prueba de" ¿necesitas usar sostén? Pero como con cualquier cosa en el Internet, lo que empieza como una sola cosa, tiene una oportunidad segura de convertirse en otra cosa completamente diferente ".

Las fotos son a menudo compartidas con el hashtag #carrypenunderbreast junto con el altamente preocupante subtítulo "Pasa el desafío para demostrar que eres una mujer verdadera". También está marcado por #PenChallenge y #UnderBoobChallenge. Algunas mujeres están colgando fotos con objetos más pesados (control remoto, teléfono móvil).

Red social: Twitter, Instagram, Youtube, Facebook

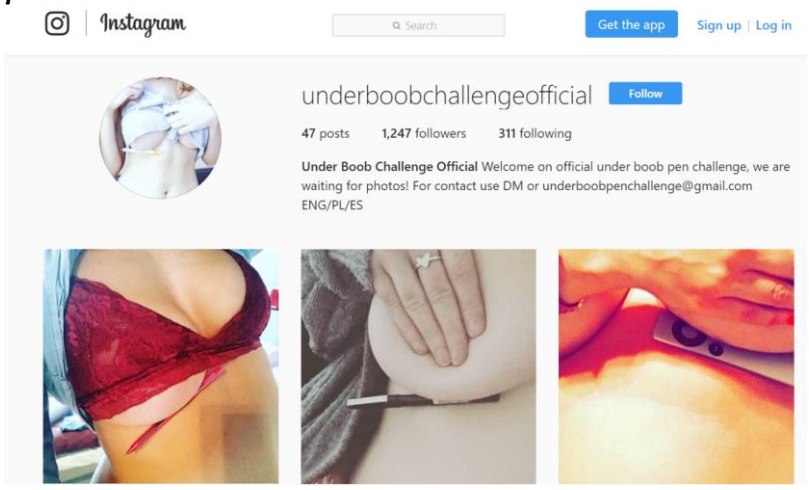
Grupo objetivo: Mujeres

Cuál es el impacto (¿a cuantas personas ha llegado, a cuantos países qué países e idiomas, ha trascendido a otros medios o a otros medios off-line?)

El desafío fue reclamado "equivocado en tantos niveles" en el artículo de Sade Strehlke. Muchas mujeres jóvenes publicaron sus fotos, a menudo muy íntimas y a menudo las fotos no son anónimas. Strehlke compara esta tendencia con #bellybutton challenge y afirma que son perjudiciales para el cuerpo de las mujeres.

El desafío bodyshames mujeres con diferentes forma o tamaño de los senos y mujeres que lucharon contra el cáncer y experimentaron mastectomía. Hay suficientes influencias negativas en la autoestima de las mujeres, especialmente cuando se trata de sus cuerpos.

Capturas de pantalla del caso:



¿Qué soluciones, anti-campaña, respuestas positivas lo ha provocado, o puede sugerir alguna solución?

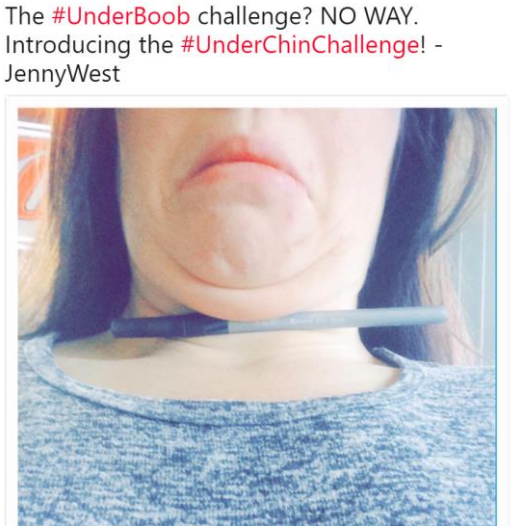
Ha sido criticado como irresponsable y potencialmente insalubre. Muchos críticos en línea abogan por que el desafío, al igual que otras tendencias similares anteriores, podría promover los trastornos alimentarios y la vergüenza corporal.

Si el desafío demuestra algo, demostró que un número creciente de mujeres están dispuestas a esforzarse por mejorar su forma física haciendo ejercicio y deporte, en lugar de limitarse a pasar hambre o a tomar píldoras dietéticas para perder peso. No están sacrificando su salud. Por el contrario, se están haciendo más fuertes. Las imágenes publicadas son la mejor prueba de su orgullo y confianza en ella.

Además, muchas personas se opusieron a este reto ridículo respondiendo directamente con sus propias fotos en papel.

Capturas de pantalla de anti-campaña positiva:

Respuestas positivas provocadas por este desafío:
- #underchinchallenge
#broomchallenge
Respuesta de Latin Times: http://www.latintimes.com/underboobpenchallenge-photos-see-latest-body-shaming-social-media-trend-why-it-needs-366890 alertando que esto está mal.



RECURSOS PARA EDUCADORES/FORMADORES - BUENAS PRÁCTICAS

1. DENOMINACIÓN	PROYECTO PRISM
PROMOTOR:	Proyecto europeo – el promotor es ARCI (Italy) y con socios españoles – SOS Racismo Gipuzkoa y Universitat de Barcelona
GRUPO OBJETIVO:	Jóvenes de entre 14 y 25 años
TIPO DE ACTUACIÓN:	Seminarios, actividades formativas
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Por su material educativo para jóvenes en los nuevos medios de comunicación, también utiliza diversas herramientas multimedia adaptadas al gusto de su público.
PROBLEMA ABORDADO:	Prevenir el discurso del odio en los media
IDIOMA Y PAÍS:	EU (Italia, Francia, UK, España y Rumanía)
TIPO DE RECURSO:	Kit educativo
ACCESO AL RECURSO:	http://www.prismproject.eu/

2. DENOMINACIÓN	EDUCANDO EN IGUALDAD - ESCUELA
PROMOTOR:	Educatolerancia (www.educatolerancia.com)
GRUPO OBJETIVO:	Niños y jóvenes
TIPO DE ACTUACIÓN:	Educación presencial
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Utiliza recursos multimedia para presentar problemas relacionados principalmente con la violencia de género en un entorno on y offline.
PROBLEMA ABORDADO:	Discriminación por motivos de género
IDIOMA Y PAÍS:	Español, España
TIPO DE RECURSO:	Metodología escolar para profesores, video, material educativo.
ACCESO AL RECURSO:	http://www.educatolerancia.com/wp-content/uploads/2016/12/SuplementoEscuela.pdf

3. DENOMINACIÓN	PLATAFORMA POR UNA INTERNET LIBRE DE DISCRIMINACIÓN
PROMOTOR:	Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia, y el Racismo - INADI
GRUPO OBJETIVO:	Público en general, pero enfoque a la juventud
TIPO DE ACTUACIÓN:	Sitio web con información útil sobre la violencia y la discriminación en línea con noticias, ejemplos de mejores prácticas e instrucciones sobre cómo denunciar la violencia y la discriminación en línea.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Utiliza los recursos en línea y el sitio web para llegar a muchas personas, y también ofrece información sobre cómo hacer frente a la discriminación en línea.
PROBLEMA ABORDADO:	Prevención y tratamiento de la intimidación cibernética
IDIOMA Y PAÍS:	Español, Argentina
TIPO DE RECURSO:	Sitio web
ACCESO AL RECURSO:	http://internet.inadi.gob.ar/

4. DENOMINACIÓN	RED MEDITERRÁNEA DE MIGRACIÓN
PROMOTOR:	Red Mediterránea de Migración (RMM) se desarrolló en el marco de la "Red de Integración" (Acción 2/3 - CY/2016/AMIF/SO2. NO3.3.1), cofinanciada por el Fondo de Asilo, Migración e Integración (90%) y la República de Chipre (10%).
GRUPO OBJETIVO:	Actores públicos y privados activos en los ámbitos de la migración y la integración.
TIPO DE ACTUACIÓN:	Un portal (plataforma en línea) que permite a las partes interesadas públicas y privadas pertinentes convertirse en miembros de la Red Mediterránea de Migración (MMN) para comunicarse con organizaciones e individuos interesados en cuestiones de migración de toda Europa y el mundo, especialmente de la región mediterránea. En consecuencia, dichas organizaciones tienen la oportunidad de discutir con otros miembros de la RMM, debatir sobre temas relacionados con la migración, compartir ideas, intercambiar buenas prácticas y generar oportunidades para una mayor colaboración en proyectos y propuestas financiados. Además, todos los miembros de la organización podrán acceder a numerosos recursos relacionados con Migración y como miembro de la MMN y podrá compartir los recursos que encuentre para ser incluido en la Biblioteca Electrónica.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	• Apoyar el intercambio de información y mejores prácticas entre las organizaciones activas en los ámbitos de la migración, la integración y la diversidad. • Promover un marco de colaboración entre las organizaciones públicas y privadas nacionales y europeas.

	• Gestionar y ampliar una base de datos de recursos sobre migración e integración. • Desarrollar la capacidad profesional de los miembros de la Red a través de material educativo y actividades. • Promover una mayor colaboración entre los miembros de la red.
PROBLEMA ABORDADO:	Emigrantes y solicitantes de asilo; racismo, xenofobia, fobia a la diversidad, defensa de los derechos humanos.
IDIOMA Y PAÍS:	Inglés/griego - países de la UE (con énfasis en los países mediterráneos)
TIPO DE RECURSO:	Material en línea, como portal, biblioteca electrónica con artículos, libros electrónicos y documentos académicos, foros, intercambio de buenas prácticas, creación de capacidad, planes de financiación y asociación, enlaces útiles.
ACCESO AL RECURSO:	http://www.migrationnetwork.org/en/

5. DENOMINACIÓN	**CENTRO MUNDIAL DEL FUTURO (UNIDAD DE ASUNTOS HUMANITARIOS)**
PROMOTOR:	Centro de los Mundos Futuros - Empresa Social (Nota: Centro de los Mundos Futuros (FWC) es una iniciativa innovadora sin ánimo de lucro de emprendedores sociales que utiliza un modelo de gestión empresarial horizontal. Su trabajo aprovecha el poder de las nuevas tecnologías emergentes y la ciencia del diálogo democrático estructurado para acelerar el cambio social positivo)
GRUPO OBJETIVO:	Grupos vulnerables, como migrantes, refugiados y solicitantes de asilo. El Centro Mundial del Futuro es la organización encargada de la ejecución de la Representación del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados en Chipre. Su Unidad de Asuntos Humanitarios ejecuta proyectos destinados a fortalecer el asilo de refugiados y solicitantes de asilo en la isla. Esta Unidad ha fundado la Unidad de Rehabilitación de las Víctimas de la Tortura.
TIPO DE ACTUACIÓN:	A través de su trabajo, la FWC responde directamente a las necesidades de las poblaciones vulnerables abordando los temas de violaciones de derechos, marginación e injusticia social, con un enfoque en los solicitantes de asilo y las personas bajo protección internacional. Desde 2006, la Dependencia viene prestando apoyo multidisciplinario gratuito a esas poblaciones, junto con servicios especializados de apoyo a las víctimas de la tortura, la violencia y la trata de personas en esas poblaciones, abordando así las desigualdades sociales, la pobreza, la exclusión, el racismo, la xenofobia y la discriminación. La organización también lleva a cabo una serie de proyectos que promueven e implementan la investigación en el campo de un uso más seguro de Internet; Ciberética, Centro de Internet

	Seguro de Chipre, que incluye una línea directa y una línea de ayuda.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	El fortalecimiento del Asilo Fortaleciendo el Asilo ha sido implementado por el Centro de Mundos Futuros desde mayo del 2006. Está financiado por la Representación del ACNUR en Chipre. El principal objetivo de este proyecto es garantizar que los beneficiarios tengan acceso a un procedimiento de asilo justo y eficaz, al tiempo que puedan disfrutar de los derechos a los que tienen derecho con arreglo al Derecho nacional, europeo e internacional. Unidad para la Rehabilitación de las Víctimas de la Tortura. La Unidad para la Rehabilitación de las Víctimas de la Tortura (URVT) URVT es un proyecto que tiene por objeto apoyar y promover el empoderamiento y la rehabilitación de las víctimas de la tortura y las víctimas de la trata que son solicitantes de asilo o personas a las que se ha concedido el estatuto de protección internacional en Chipre y ayudarlas a integrarse en la sociedad local. La URVT funciona en asociación con una red de proveedores de servicios voluntarios, profesionales médicos e intérpretes. La prestación de asistencia jurídica gratuita a los solicitantes de asilo La prestación de asistencia jurídica gratuita a los solicitantes de asilo es un proyecto financiado por el Fondo Europeo para los Refugiados y la República de Chipre. Este proyecto complementa los proyectos adicionales llevados a cabo por la Unidad de Asuntos Humanitarios del Centro de Mundos Futuros. AIDA - Asylum Information Database El proyecto AIDA está coordinado conjuntamente por el Consejo Europeo sobre Refugiados y Exiliados (ECRE), Forum Réfugiés-Cosi, Irish Refugee Council y el Comité Húngaro de Helsinki. Su objetivo es proporcionar información actualizada sobre la práctica del asilo en 16 Estados miembros de la UE, a la que pueden acceder fácilmente los medios de comunicación, los investigadores, los profesionales de la justicia y el público en general. El último informe actualizado (febrero de 2015) puede encontrarse aquí: http://www.asylumineurope.org/reports/country/cyprus.
PROBLEMA ABORDADO:	Emigrantes y solicitantes de asilo; racismo, xenofobia, discriminación, fobia a la diversidad, defensa de los derechos humanos.
IDIOMA Y PAÍS:	Inglés/griego - Acción en Chipre
TIPO DE RECURSO:	Asistencia jurídica y social, defensa de los derechos humanos
ACCESO AL RECURSO:	http://www.futureworldscenter.org/

6. DENOMINACIÓN	C. O. N. T. A. C. T. (CREATING AN ONLINE NETWORK, MONITORING TEAM AND PRONE APP TO COUNTER HATE CRIME TACTICS - CREACIÓN DE UNA RED EN LÍNEA, EQUIPO DE SEGUIMIENTO Y TELÉFONO APP PARA CONTRARRESTAR EL CRIMEN DE ODIO TÁCTICAS)
PROMOTOR:	Proyecto apoyado por la Unión Europea, promovido por las siguientes organizaciones: http://reportinghate.eu/eunion/partner-organisations/
GRUPO OBJETIVO:	Público en general
TIPO DE ACTUACIÓN:	Seguimiento y denuncia de los delitos motivados por el odio y las expresiones de odio en línea en diez países de la UE, aplicación telefónica, formación y sensibilización, investigación sobre las expresiones de odio en línea y su percepción.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	A través de una red en línea, un equipo de monitoreo y una aplicación telefónica para contrarrestar las tácticas de crimen de odio, el proyecto se enfoca en combatir el discurso de odio y los crímenes de odio de naturaleza racista, xenófoba, homofóbica o transfóbica.
PROBLEMA ABORDADO:	Habla de odio en línea
IDIOMA Y PAÍS:	UE, Reino Unido, España, Grecia, Chipre, Dinamarca, Italia, Lituania, Polonia y Malta.
TIPO DE RECURSO:	Base de datos en línea, marco jurídico
ACCESO AL RECURSO:	http://reportinghate.eu

7. DENOMINACIÓN	CIBERASTUR
PROMOTOR:	Departamento de Educación , Principado de Asturias
GRUPO OBJETIVO:	Profesores, formadores, educadores
TIPO DE ACTUACIÓN:	Formación on-line, formación presencial y seminarios.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Plan de acción tutorial que pretende ser un instrumento de ayuda a los docentes y al resto de la comunidad educativa para prevenir y combatir el ciberacoso entre los alumnos. El acoso cibernético se aborda desde la reflexión, prevención y aprendizaje de herramientas, con especial atención a las redes sociales.
PROBLEMA ABORDADO:	Prevenir el cyberbulling en las escuelas
IDIOMA Y PAÍS:	Español, España
TIPO DE RECURSO:	Formación, seminarios, manual
ACCESO AL RECURSO:	https://www.educastur.es/-/programa-uso-prevencion-del-ciberacoso-y-uso-seguro-de-las-tic?inheritRedirect=true

8. DENOMINACIÓN	DELITOS DE ODIO
PROMOTOR:	*Mujeres en igualdad* desarrolla este programa, financiado por el Ministerio de salud, Servicios Sociales e Igualdad para reforzar la atención y el asesoramiento a las víctimas de la discriminación, el odio y la intolerancia
GRUPO OBJETIVO:	Público en general
TIPO DE ACTUACIÓN:	Seminarios, intercambio de buenas prácticas, folletos informativos, campañas de sensibilización, encuestas periódicas, informes.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	El programa abordar todas las dimensiones y la complejidad de la intolerancia y el discurso del odio en las redes sociales y en Internet mediante actividades de formación participativas e interactivas que facilitan la concienciación, el intercambio de conocimientos y la presentación de informes.
PROBLEMA ABORDADO:	Diferentes formas de discriminación, incluido sexismo, racismo, homofobia, transfobia, intimidación y acoso on-line
IDIOMA Y PAÍS:	Español, España
TIPO DE RECURSO:	Informes, enlaces y referencias
ACCESO AL RECURSO:	http://www.mujeresenigualdad.com/Delitos-de-odiointolerancia_es_191.html

9. DENOMINACIÓN	KAMPANIA PRZECIW HOMOFOBII [CAMPAÑA CONTRA LA HOMOFOBIA]
PROMOTOR:	Asociación “Kampania przeciw homofobii”
GRUPO OBJETIVO:	Público en general
TIPO DE ACTUACIÓN:	Portal de noticias, apoyo legal y psicológico, apoyo on-line, investigación científica, actividades educativas.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Ayuda a las minorías LGBT a enfrentarse con situaciones cotidianas que en diferentes ámbitos se producen en Polonia. Contribuye también a aumentar la sensibilización sobre el problema y ofrecer educación sobre este tema.
PROBLEMA ABORDADO:	Diferentes formas de discriminación, incluido sexismo, racismo, Lucha por los derechos de la minoría LGBT en Polonia.
IDIOMA Y PAÍS:	Polonia
TIPO DE RECURSO:	Publicaciones on-line y apoyo on-line
ACCESO AL RECURSO:	https://kph.org.pl

10. DENOMINACIÓN	AKCJA ANTYDYSKRYMINACJA
PROMOTOR:	Asociación Stowarzyszenie Homo Faber (fundada con fondos propios, donantes y el programa EEA grants)
GRUPO OBJETIVO:	Público en general
TIPO DE ACTUACIÓN:	Campaña on-line, portal en internet, apoyo legal, apoyo on-line contra la discriminación, oficina de apoyo a la anti-discriminación, formación para trabajadores sociales y de Juventus, materiales formativos y publicaciones on-line.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Ofrece apoyo a través de diferentes medidas a personas que están sufriendo discriminación, ayuda a prevenir la discriminación y forma a personas para enfrentarse a este fenómeno. Tiene mucha fuerza online. Los materiales formativos también se encuentran on-line.
PROBLEMA ABORDADO:	Discriminación (en general), incluyendo la discriminación online
IDIOMA Y PAÍS:	Polonia
TIPO DE RECURSO:	Materiales formativos y publicaciones son-line, oficina de apoyo, asistencia legal, apoyo online y noticias online.
ACCESO AL RECURSO:	http://hf.org.pl/antydyskryminacja

11. DENOMINACIÓN	LAMBDA
PROMOTOR:	Asociación Lambda Warszawa
GRUPO OBJETIVO:	Público en general [apoyo a las personas que sufren discriminación en base al género y colectivo LGBT]
TIPO DE ACTUACIÓN:	Apoyo on-line contra la discriminación de género y de opción sexual (LGTB)grupos de apoyo, apoyo psicológico, médico y legal, alberge LGBT, formación y ayuda financiera
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Ofrece diferentes tipos de apoyo, es muy visible tanto en la vida cotidiana como en los medios; y ofrecer ayuda específica para un tipo de discriminación muy concreta.
PROBLEMA ABORDADO:	Discriminación de género y orientación sexual
IDIOMA Y PAÍS:	Polonia
TIPO DE RECURSO:	Observatorio, apoyo online y grupos de apoyo
ACCESO AL RECURSO:	http://lambdawarszawa.org

12. DENOMINACIÓN	REVENCIÓN E INTERVENCIÓN – CONFLICTOS EN EL ESPACIO PÚBLICO
PROMOTOR:	Augsburg Integration Plus GmbH
GRUPO OBJETIVO:	Público en general
TIPO DE ACTUACIÓN:	Recopilar información sobre los diferentes elementos de los conflictos en el espacio público y buscar soluciones.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Amplia gama de acciones, muy próximas a la realidad, buena cooperación entre los diferentes actores en este ámbito.
PROBLEMA ABORDADO:	Conflictos en el espacio público, mediación profesional
IDIOMA Y PAÍS:	Alemán – Alemania // puede ser fácilmente adaptado a otros idiomas
TIPO DE RECURSO:	Recursos online, seminarios
ACCESO AL RECURSO:	http://www.aip-augsburg.de/projekte/konfliktpraevention

13. DENOMINACIÓN	INTEGRACIÓN A TRAVÉS DE INTERCAMBIOS
PROMOTOR:	Förderagentur Augsburg GmbH
GRUPO OBJETIVO:	Público en general – algunos grupos específicos
TIPO DE ACTUACIÓN:	Reunir a los jóvenes con la gente local, ayudarles a darse cuenta de que son todos iguales y contribuir así a una mejor integración.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Es un hecho que los extranjeros sin ayuda tienen grandes problemas para encontrar su lugar en una nueva sociedad. Este proyecto tiene como objetivo desarrollar las competencias interculturales, ya identificadas por actores experimentados en el campo, a través del establecimiento de grupos locales/residenciales de integración asistida. Ha conseguido implicar a actores de diferentes ámbitos.
PROBLEMA ABORDADO:	Adaptación de inmigrantes, discriminación a inmigrantes
IDIOMA Y PAÍS:	Alemán – Alemania // puede ser fácilmente adaptado a otros idiomas
TIPO DE RECURSO:	Recursos online, seminarios
ACCESO AL RECURSO:	http://www.ida.de/ida/DE/Startseite/inhalt.html

14. DENOMINACIÓN	BE SAFE (ESTAR SEGURO)
PROMOTOR:	Metropolitan Police (policía metropolitana)
GRUPO OBJETIVO:	Público en general
TIPO DE ACTUACIÓN:	Prevenir el robo de teléfonos móviles. El interés no sólo se centra en los daños económicos y materiales que esto implica, sino también en el hecho de acceder a información privada y personal: contactos, fotos, vídeos y otros datos personales y sensibles
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	La campaña es eficaz porque anima a las personas a tomar medidas sencillas para prevenir este tipo de delitos menores que, sin embargo, pueden ocasionar daños importantes. Invita a amigos y a acompañantes, que por lo general, salen juntos en una noche a cuidar mutuamente los teléfonos.
PROBLEMA ABORDADO:	Prevenir el robo de datos personales y sensibles.
IDIOMA Y PAÍS:	Inglés - UK
TIPO DE RECURSO:	Materiales de sensibilización: folletos informativos y posavasos en los bares.
ACCESO AL RECURSO:	http://news.met.police.uk/news/be-safe-crime-prevention-campaign-206657

15. DENOMINACIÓN	EMORE (MONITORING AND REPORTING ONLINE HATE SPEECH IN EUROPE - EVALUACIÓN Y COMUNICACIÓN DEL DISCURSO DE ODIO ONLINE EN EUROPA)
PROMOTOR:	Programa de la Unión Europea Derechos, Igualdad y Ciudadanía. Consorcio formado por: RISSC – Research Centre on Security and Crime, (ITALY); CEJI – A Jewish Contribution to an Inclusive Europe, (BELGIUM); CLR – Centre for Legal Resources (ROMANIA); college for Public Administration for Justice – Police Department (GERMANY); IDOS Research Centre (ITALY); Associação ILGA Portugal (PORTUGAL); LAND (ITALY); KISA – Action for Equality, Suppport, Antiracism (Cyprus); MPG – Migration Policy Group (BELGIUM); North West Migrants Forum (UK); PI – Peace Institute (SLOVENIA) and SOS Malta (MALTA).
GRUPO OBJETIVO:	Diferentes actores públicos y privados involucrados en los temas del discurso y el crimen de odio.
TIPO DE ACTUACIÓN:	El objetivo del proyecto eMORE un modelo para gestionar el conocimiento sobre el crimen y el discurso del odio online. Para ello, se va a desarrollar una plataforma que permitirá un análisis en detalle sobre determinadas conductas discriminatorias.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	El proyecto es eficaz por su enfoque en cuatro etapas, que tiene como objetivo crear un conocimiento teórico sólido, actualizado y profundo sobre el tema de la incitación al odio y los delitos motivados por el odio y combinarlo con diferentes partes interesadas activas en el campo para crear un enfoque

	multidisciplinario, tecnológico e innovador. Una vez creado el contenido, el paso final será la promoción del proyecto mediante la participación directa de las personas.
PROBLEMA ABORDADO:	El crimen y el discurso de odio online
IDIOMA Y PAÍS:	El proyecto se desarrollará en los países del consorcio y estará disponible en todos los idiomas de los socios
TIPO DE RECURSO:	Informes, orientaciones, manual y recomendaciones políticas.
ACCESO AL RECURSO:	http://www.emoreproject.eu

16. DENOMINACIÓN	**NO HATE SPEECH MOVEMENT (MOVIMENTO NO AL DISCURSO DE ODIO)**
PROMOTOR:	Consejo de Europa
GRUPO OBJETIVO:	Público en general y usuarios de internet, especialmente los jóvenes
TIPO DE ACTUACIÓN:	Luchar contra el racismo y la discriminación en línea movilizando a los jóvenes y a las organizaciones juveniles
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	Es eficaz porque aborda el problema desde diferentes perspectivas y a través de diferentes acciones como: - Desarrollo de herramientas y argumentos prácticos para contrarrestar el discurso de odio; - Provisión de medios para concienciar y comprender la gravedad de las expresiones de odio (online y offline); - Apoyo y reconocimiento a las víctimas de delitos motivados por el odio; - Provisión de ideas para ser utilizadas como una alternativa al discurso de odio, para expresar ideas sin por ello difundir mensajes odiosos.
PROBLEMA ABORDADO:	Discurso del odio online (y offline)
IDIOMA Y PAÍS:	Inglés - UK
TIPO DE RECURSO:	Recursos online and offline como iniciativas, actividades, formación, videos, publicaciones, etc.
ACCESO AL RECURSO:	https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/about-the-campaigns

17. DENOMINACIÓN	RECOGNISE AND RESPOND (RECONOCER/IDENTIFICAR Y RESPONDER)
PROMOTOR:	gallop.org.uk en colaboración con Lloyds Bank National Domestic Abuse Program y Stonewall Housing
GRUPO OBJETIVO:	Miembros de la comunidad LGBT y público en general
TIPO DE ACTUACIÓN:	Investigación, trabajo en red and creación de alianzas, incidencia política y capacitación, sensibilización.
¿POR QUÉ ES EFECTIVO?	El proyecto es eficaz porque abarca un conjunto de aspectos que son cruciales para alcanzar con éxito su objetivo. Va desde la elaboración de un informe sobre incidentes relacionados con miembros del colectivo LGBT que también incluirá recomendaciones estratégicas para investigadores, comisionados, encargados de formular políticas y proveedores de servicios, hasta el fomento de la promoción y la capacidad para abordar las brechas que surgirán a través de la investigación a nivel nacional y regional. También creará una red entre las organizaciones activas en los campos de los derechos LGBT, DV (Violencia Doméstica) y VAWG (Violencia Contra las Mujeres y las Niñas) para asegurar que se obtiene el tipo de apoyo adecuado, la creación de capacidad de provisión de información y el desarrollo de políticas.
PROBLEMA ABORDADO:	Violencia doméstica contra el colectivo LGBT. La iniciativa tiene como objeto asegurar que reciben el reconocimiento y la asistencia necesarios. Para ello, se promueve el conocimiento y la comprensión de las políticas y respuestas existentes.
IDIOMA Y PAÍS:	Inglés - UK
TIPO DE RECURSO:	Orientaciones (para policías), fichas técnicas, una conferencia nacional (para influenciadores políticos, actores clave y personas que trabajan con el colectivo y en el ámbito de la violencia contra mujeres)
ACCESO AL RECURSO:	http://www.galop.org.uk/recogniserespond/

LAS VOCES DE LOS JÓVENES – Experiencias, comentarios…

"Asistí a un taller en el Centro Joven de Albacete sobre "Anti-Discriminación" y abordamos uno de los temas para mí más relevantes en esta sociedad: la discriminación en las redes sociales. En tiempos de acoso virtual, la propuesta facilitaba un método sencillo y lúdico para tomar conciencia de lo fácil que es entrar en un clima de agresividad cuando leemos algo agresivo, y cómo pararlo".(Clara María Pavón, 33 años, Albacete, España)

"Fue un seminario práctico sobre comunicación, pero no solo eso. Me ha hecho pensar sobre las posibles formas de aplicarlo con los jóvenes en mi trabajo. Me gustaría que fuera un poco más extenso, así podríamos trabajar realmente en posibles soluciones online, diseñarlas y tratar de aplicarlas. Me gustó la forma en que se abordó el tema, de manera práctica. Buscar el discurso de amor y odio en línea fue una experiencia que me abrió los ojos y voy a utilizar este ejercicio con los jóvenes ". (Mujer, 25 años, Cracovia, Polonia)

"Yo era escéptico al unirme al taller, porque no tenía un conocimiento claro de la relación entre comunicación no violenta y la discriminación en línea. Ahora, me gustaría profundizar en el tema de la comunicación no violenta y comenzar a diseñar nuevas actividades online con jóvenes, basándome en este idea". (Hombre, 30 años, Cracovia, Polonia)

EQUIPO DEL PROYECTO ANTI-DISCRIMINATION PACK2.0

DRAMBLYS

Lina Klemkaite

Amaia San Cristobal

Contacto: all.ears@dramblys

CEPS PROJECTES SOCIALS

Gigi Guizzo

David Dueñas Cid

Contacto: gigi@asceps.org

C.I.P Citizens In Power

Angelos Parmatzias

Giota Mourettou

Contacto:

angelos.p@citizensinpower.org

Kairos Europe Limited

Amelia Fiorillo

Heshani Jayratne

Contacto: amelia@kairoseurope.co.uk

Fundacja "Zielony Slon"

Adam Rebacz

Paulina Drzal

Contacto:

greenelephant.foundation@gmail.com

EureCons Förderagentur GmbH

Martin Fried

Contacto: fried@eurecons.eu

Aviso legal: “Anti Discrimination Pack 2.0” (Ref. 2016-2-ES02-KA205-008301) ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea (Programa Erasmus +). Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, la Comisión Europea no puede hacerse responsable de cualquier uso que pueda hacerse de la información contenida en el mismo.