

HERRAMIENTAS

PARA HACER FRENTE
A LOS DISCURSOS ANTI-DERECHOS



UNA PUBLICACIÓN DE: Calala Fondo de Mujeres, Poderío

www.calala.org

www.poderio.org

CON LA FINANCIACIÓN DE: On The Right Track

www.ontherighttrackinitiative.org

AUTORA: Lucrecia Baquero

AGRADECIMIENTOS: Este documento es resultado de un proceso de acompañamiento en narrativas impulsado por Calala y en el que han participado personas y entidades diversas: Ana y Sandra de Jornaleras de Huelva en Lucha, Tamara, Paula y June de Amuge - Asociación de Gitanas de Euskadi, Almudena, Ainhoa y Diana de l'Associació de Drets Sexuals i Reproductius de Catalunya y María, Johanna, Cristal y Paula de Calala. Además, la autora del documento agradece las aportaciones -ya sea directas al contenido del documento o a través de conversaciones informales sobre algunas de las temáticas que se abordan- a: Jeza, Ángela, Lucía, Javi, M^a José, Sergio, Emma, Alys, Ainhoa, y al grupo del taller de comunicación de las jornadas 'Caminos Colectivos ante los Discursos de Odio y el Retroceso de Derechos Sexuales y Reproductivos'.

MAQUETACIÓN E ILUSTRACIONES: Carmela M. Bertoni @edicionescaseras

LICENCIA: Este documento está licenciado bajo la licencia Creative Commons Reconocimiento - No Comercial- Compartir igual 4.0 Internacional. Este trabajo se puede copiar, distribuir, comunicar públicamente, traducir y modificar, siempre que sea para fines no comerciales.

La autora agradece comentarios o sugerencias de cualquier persona u organización que consideren que pueden hacer que este documento sea más útil, o contribuir a los debates que se plantean. Estos se pueden dirigir a: luba@gramma.studio.

ÍNDICE

ENTENDER EL AUGE DE LOS DISCURSOS ANTI-DERECHOS.....	5
Manipulación, discurso y mediafare	9
El papel de las redes sociales	13
PATRONES DE PENSAMIENTO Y CAMBIO SOCIAL.....	15
Qué son los patrones de pensamiento	16
Cambiar patrones de pensamiento	20
ENMARCADO Y CONSTRUCCIÓN DE NUESTRAS NARRATIVAS	23
Conocer el marco que queremos desplazar	23
Apelar a valores compartidos	25
Encontrar las metáforas adecuadas	26
Describir la problemática y las soluciones	28
Escoger un lugar de enunciación cercano	32
Expresarnos desde un registro accesible	33
Explicar por qué nuestra propuesta generará un cambio social positivo	34
Apelar a experiencias compartidas.....	35
Inscribir nuestro lenguaje en lógicas de cambio	36
Las emociones como motores de transformación	37
Situar nuestros mensajes en prácticas reales.....	37
CONFRONTAR EXPRESIONES DE ODIO	40
Responder bulos o noticias falsas	41
Otras estrategias contradiscursivas	44
Abordar la polarización	45
Cuando los anti-derechos visitan tu barrio.....	47
RECURSOS DEL STORYTELLING Y LA COMUNICACIÓN SUBVERSIVA.....	50
La estructura narrativa en ficción.....	51
Construir personajes que encarnen las historias que queramos vivir.....	52
La <i>guerrilla de la comunicación</i>	53
La repetición subversiva	54
REFERENCIAS.....	56

Este documento es el resultado de un proceso impulsado por Calala Fondo de Mujeres y la iniciativa On The Right Track, orientado a comprender por qué se propagan los discursos anti-derechos y explorar estrategias para hacerles frente desde una perspectiva comunicativa, discursiva y narrativa.

No pretende ofrecer soluciones universales ni recetas definitivas frente a una problemática que exige reflexión e innovación constante. En comunicación no existen fórmulas mágicas, ya que **la realidad siempre supera la casuística** que pueda contemplar cualquier caja de herramientas. Los contextos y los tiempos cambian, y por eso el análisis situado es imprescindible para diseñar estrategias adecuadas en cada momento.

Por otro lado, cuando hablamos de discursos anti-derechos o discursos de odio, nos referimos a expresiones que generan violencia hacia personas y colectivos. Esto implica un abordaje complejo que va más allá del plano comunicativo, e incluye **dimensiones políticas, sociales, jurídicas y tecnológicas**, así como el derecho a la autodefensa.

El objetivo de este documento es, por tanto, compartir los resultados de un proceso en el que se han trabajado un **abanico de recursos** provenientes de la lingüística, las ciencias sociales, especialistas de la comunicación y las narrativas, así como de la experiencia práctica de organizaciones y movimientos sociales. Está orientado a intervenir sobre unas narrativas que están en expansión, con la intención de generar desplazamientos en aquellos sectores de la población que sostienen ideas que refuerzan situaciones de desigualdad, exclusión y explotación, pero que aún no tienen posiciones fijas. Es lo que, desde la comunicación política, se ha denominado el “centro móvil” o “centro persuadible”¹.

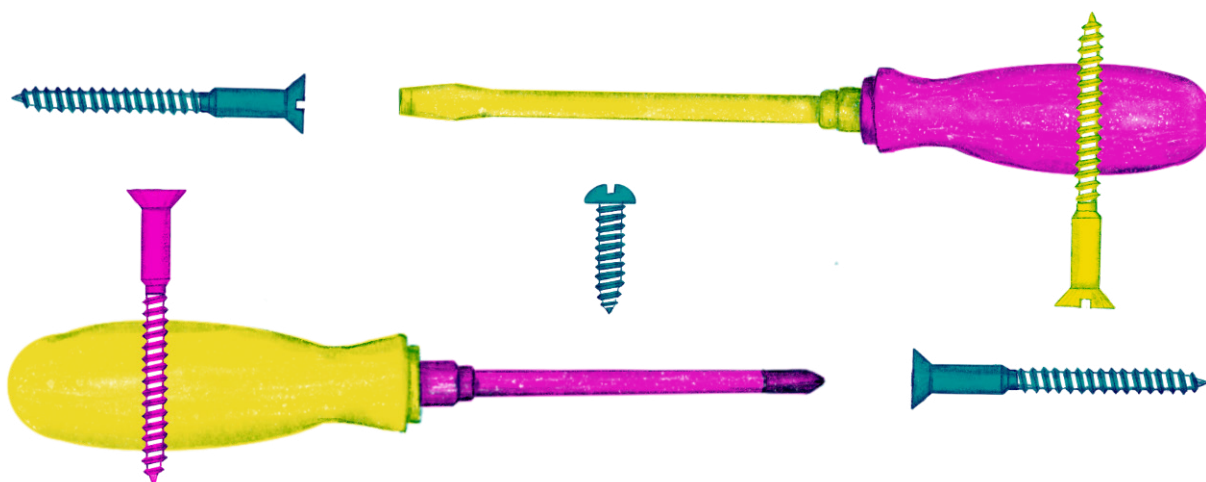
Esta “caja de herramientas” está planteada desde una “lógica de código abierto”²: su objetivo no es tanto ofrecer propuestas cerradas, sino recursos, reflexiones, experiencias. Debe entenderse como **un cuaderno de trabajo abierto**, no como un recetario.

La primera parte del documento está orientada a **comprender el auge** de los discursos anti-derechos y analizar los procesos comunicativos que permiten su penetración y difusión. A continuación, se ofrecen herramientas sobre **construcción de marcos, argumentación y uso del lenguaje**, sustentadas en estudios de entidades y especialistas dedicadas al cambio social a través del enmarcado estratégico, las narrativas y la comunicación. La tercera parte aborda cuestiones relacionadas con la respuesta a expresiones de odio y el fenómeno de la **polarización**. Finalmente, se presentan recursos de **storytelling y comunicación subversiva** que puedan inspirar y potenciar nuestras acciones comunicativas.

Este documento usa el femenino genérico refiriéndose a “las personas” en su diversidad.

¹ El término “centro móvil” o “centro persuadible” (en inglés, movable middle o persuadable middle) se utiliza en marketing político para referirse a personas que no tienen una posición ideológica fija o muy marcada sobre ciertos temas. Desde la comunicación transformadora, el reto es acercarse a estas personas -en concreto a quienes sostienen ideas que refuerzan desigualdades e injusticias-, para abrir conversaciones que ayuden a cuestionar esas ideas y generar un cambio.

² La lógica de código abierto en el software libre se basa en una filosofía de colaboración y accesibilidad, donde el “código fuente” está disponible para que cualquiera pueda verlo, modificarlo y distribuirlo. Este enfoque se diferencia del software propietario, donde el código está cerrado y solo accesible al equipo de desarrolladoras.



ENTENDER EL AUGE DE LOS DISCURSOS ANTI-DERECHOS

En los últimos años venimos asistiendo a un aumento de los “**discursos de odio**”, entendidos como aquellas expresiones que están orientadas a promover públicamente odio hacia minorías¹ – personas migradas, racializadas, las mujeres, las disidencias de género o a ciertos colectivos en función de su ideología, religión, creencias, su diversidad o simplemente por no seguir la norma–, con una intención de perpetuar situaciones de explotación o provocar situaciones de discriminación, hostilidad o violencia contra las personas que se identifica que responden a estas categorías. Este trabajo ha escogido hablar de “**discursos anti-derechos**”, aunque es un concepto que también plantea problemas², por dos motivos.

1 Cuando hablamos de minoría nos referimos a aquellas personas y colectivos que viven en una situación de opresión, marginación o explotación por sus diferencias (escogidas o asignadas) frente a la mayoría hegemónica. Ya sea por razones de racialización, género, por no comulgar con la moral dominante o ciertos patrones de conducta.

2 El marco de los derechos humanos ha sido objeto de crítica, especialmente por su formulación tras la Segunda Guerra Mundial, por tener un sesgo “occidentalocéntrico”, al no representar otras cosmovisiones, sistemas de valores o formas comunitarias de entender la justicia y la dignidad. Además, se ha cuestionado su énfasis en los derechos individuales frente a los colectivos, así como su uso histórico como herramienta de poder geopolítico por parte de ciertos Estados. Dicho esto, los derechos humanos no dejan de ser una herramienta útil que también han sido reapropiados por muchos movimientos sociales y pueblos en lucha como marco de denuncia y defensa frente a violencias estructurales. Por otro lado, el concepto de “discursos de odio” también presenta limitaciones: suele asociarse a expresiones con una forma explícitamente agresiva o violenta, lo que deja fuera muchas narrativas supremacistas o de dominación que operan de manera más sutil. En este documento, cuando hablamos de discursos anti-derechos, nos referimos a aquellas expresiones que, con el objetivo de sostener el statu quo, buscan socavar los derechos de minorías, de movimientos emancipatorios o de formas disidentes de existir y organizarse.

El primero es poner el foco en el objetivo de estos discursos y no tanto en la forma en que se manifiestan. El segundo es que pretende tener un alcance más amplio de lo que se viene llamando “discursos de odio”, abordando también aquellas **expresiones que no siempre se manifiestan abiertamente bajo un registro de odio**³, sino que se ocultan bajo discursos que tienen un objetivo de frenar o hacer involucionar los avances en derechos sociales o de cualquier perspectiva emancipatoria de las personas, colectivos y pueblos. A modo de ejemplo de este tipo de narrativa es el famoso discurso de Borrell (político vinculado con la socialdemocracia) equiparando a Europa a un jardín a la que “hay que proteger del resto del mundo”, que es una “jungla”. Otro ejemplo muy común es cuando los medios de comunicación hablan de las migraciones en términos belicistas y securitarios, generando un clima de alarma. Éstas son manifestaciones de discursos que no están categorizados estrictamente como discursos de odio, pero se han llegado a normalizar y forman parte de esta corriente que, al negar derechos a ciertos grupos y pueblos, son el abono de los discursos de odio.

Aunque hoy en día los discursos anti-derechos han ganado visibilidad y los partidos políticos que los sostienen han incrementado su representación, no se trata de un fenómeno nuevo. Estos discursos se remontan a las dinámicas de exclusión y opresión que han acompañado la **historia de la modernidad**, hundiéndose sus raíces en la **construcción de alteridades** como mecanismo necesario para llevar a cabo las dinámicas coloniales, y que se refuerzan mediante la producción de saberes durante la Ilustración⁴.

Sin embargo, es durante el siglo XX cuando se crea una maquinaria y un ecosistema comunicativo anti-derechos tal y como lo conocemos hoy en día. Durante la Guerra Fría, las potencias occidentales necesitan generar una maquinaria de propaganda para neutralizar ideológicamente al bloque soviético. Y posteriormente, durante los años 60, a toda una serie de movimientos emancipatorios y sociales que suponen un desafío directo a las estructuras de poder: las protestas contra la Guerra de Vietnam, los movimientos contraculturales como el hippie, el feminismo de la segunda ola y las disidencias de género que culminaron en eventos clave como la Revuelta de Stonewall en 1969, que marcó el inicio de la lucha organizada por los derechos LGBTQ+, así como movimientos antirracistas como las Panteras Negras.

Estos movimientos representaron un desafío al status quo, tanto en Estados Unidos como a nivel global, por lo que, a comienzos de los años 70, la administración de **Nixon y los grupos**

3 Los discursos de odio están tipificados en el código penal español como delito, lo cual hace que sea complejo el uso de esta categoría para abordar manifestaciones que quedan fuera de ese marco.

4 Por “construcción de la alteridad” nos referimos al proceso mediante el cual se define a un grupo o a una persona como “otro/a”, es decir, como diferente o ajeno/a respecto a un “nosotros” que se considera norma, centro o identidad dominante. La alteridad ha sido históricamente un mecanismo de exclusión y violencia en algunas sociedades, como lo evidencian la persecución de las personas judías o la existencia del patriarcado en contextos previos a la modernidad. Sin embargo, la Ilustración implica una reconfiguración de dichas formas de opresión: bajo su lógica, se sistematizan, racionalizan y globalizan a través de nuevos marcos epistémicos, como el cientificismo, la noción de progreso o la construcción del sujeto universal ilustrado. En este proceso, se entrelazan con el proyecto colonial y el capitalismo, dando lugar a nuevas formas de antisemitismo, racismo y patriarcado moderno.

conservadores deciden cambiar esta tendencia⁵, invirtiendo en la creación de think tanks, institutos y medios de comunicación para contrarrestar las tendencias progresistas y promover los valores del liberalismo económico y el conservadurismo social. Desde entonces, se han ido creando otros think tanks y lobbies en muchas partes del mundo, con la intención de incidir mediáticamente en una agenda opuesta a derechos como los derechos reproductivos o el matrimonio igualitario, añadiendo nuevos enfoques, como la negación del cambio climático y la defensa de políticas de desregulación económica.

Esto lo han llevado a cabo a través de un **ecosistema**⁶ que ha ido variando según ha ido evolucionando el panorama mediático y que hoy en día, con Internet y las redes sociales, abarca tanto la creación de medios de comunicación y plataformas online de generación de contenidos propios, como la participación en foros y plataformas existentes, influencers, voceros, o la difusión en redes sociales y canales como whatsapp o telegram.

El auge actual de los discursos anti-derechos, según el análisis que defiende este documento, es impulsado de manera deliberada por lobbies conservadores, organizaciones religiosas, élites empresariales y partidos de ultraderecha. Estos actores han invertido –y continúan invirtiendo– grandes cantidades de dinero con el objetivo de mantener su statu quo en el sistema capitalista global, en un contexto de crisis de la civilización occidental y de **colapso de un modelo económico**⁷ basado en el extractivismo y la explotación sin límites de recursos y pueblos de países y pueblos históricamente situados en una posición de subordinación dentro del sistema-mundo capitalista.

Podemos decir que la narrativa de estos discursos anti-derechos tiene dos momentos: La creación del problema: los grupos anti-derechos han sido hábiles para reinterpretar este contexto de crisis económica, de **desafección política** y capitalizar malestares sociales. El mundo está atravesando una serie de procesos que generan mucha incertidumbre. De entrada, hemos atravesado una pandemia global que ha generado muertes y pánico en la población, estamos asistiendo al colapso de un modelo basado en dinámicas neocoloniales y de sobreexplotación, que ha agotado los recursos y ha generado una crisis climática que está obligando a muchas personas a desplazarse masivamente, los precios de los alimentos suben y las familias de clase trabajadora siguen teniendo problemas para llegar a fin de mes, comprar o alquilar una casa.

Este contexto global marcado por la **incertidumbre y el malestar** es reinterpretado por los grupos anti-derechos, ofreciendo respuestas simples a problemas complejos. De entrada, a través de la creación de un “**enemigo común**” que, según su narrativa, es causante de

5 Los primeros minutos de este video contextualizan el inicio de la inversión conservadora en think tanks, institutos, centros de investigación privados y todo un ecosistema mediático que promocioe valores vinculados con el liberalismo económico y el conservadurismo social <https://www.youtube.com/watch?v=n4UfGZOPJjE&t=2511s>

6 El capítulo 8 de *La Derecha Radical en el Estado Español*, editado por la Fundación Rosa Luxemburg, describe de manera muy exhaustiva el ecosistema mediático de la derecha en el caso de España. <https://rosalux.es/2021/06/de-los-neocon-a-los-neonazis/>

7 El escritor Arun Kundhani explica en este vídeo el vínculo entre la crisis del liberalismo y el auge de la extrema derecha en el mundo: https://www.instagram.com/reel/DIUKPg8I_6c/

todos los males sociales: las personas migradas y especialmente las musulmanas, así como todos estos movimientos que proponen transformaciones sociales de carácter emancipatorio: el feminismo –que llama ideología de género–, las disidencias de género, el ecologismo o lo que denominan la “cultura woke” o la “dictadura progre”. Estos chivos expiatorios se presentan, por un lado, como amenazas para el estado de bienestar: las migradas “que vienen a quitarnos la seguridad social” o “las paguitas” de colectivos varios, pero también se les señala como responsables de una supuesta “crisis de valores”.

La solución: A partir de aquí y bajo una lógica victimista, los grupos anti-derechos se erigen como **salvadores de las sociedades**, autoproclamándose “la resistencia” o la “disidencia”, para alimentar un imaginario colectivo de autojustificación⁸, dado que son movimientos autoritarios y necesitan preparar el terreno. Por otro lado, potencian **significantes identitarios** –como la familia “tradicional”, la patria, la identidad nacional o la religión– como lugares seguros, con un objetivo de compensar sentimientos de inseguridad vital o de subordinación social, en ciertos casos, que pueden tener ciertas personas o colectivos.

Apelan a nichos concretos, ofreciéndoles **modelos identitarios y vivenciales** que les permitan tener una sensación de control, sentir que tienen un lugar en la sociedad y, en suma, obtener una compensación simbólica en un escenario de cambios sociales. Un ejemplo de éstos nichos es aquellos hombres que o bien observan una pérdida de privilegios o no acaban de encontrar su papel en un orden de género que ha sido cuestionado por los movimientos feministas⁹, a los cuales les ofrecen vías para reafirmarse en masculinidades tradicionales, a través de la caza, el uso de armas o las artes marciales como subcultura. En este sentido, no es casual que los líderes de ultraderecha se esfuercen por proyectar una imagen de hombre alfa, a través de imágenes como Abascal cabalgando¹⁰, Vladimir Putin cazando o practicando artes marciales, o Bolsonaro participando en eventos de tiro. Estas imágenes buscan ofrecer modelos de masculinidad tradicional para conectar con ciertos segmentos para hacerles sentir seguridad a través de valores como la fuerza, la protección y el control. Otro nicho emergente: el de la llamada **subcultura del esfuerzo liberal**, especialmente presente en los mundos del emprendimiento digital, las criptomonedas y los “hombres alfa” que ofrecen consejos financieros, vitales y afectivos desde valores neoliberales. Ambos imaginarios –el de la masculinidad ruda y el del emprendedor exitoso– funcionan como dispositivos de compensación simbólica para sujetos que perciben que sienten una pérdida de estatus, ofreciéndoles identidad, control y pertenencia. Otro ejemplo es el de las *tradwives* (o esposas tradicionales), una corriente de mujeres influencers que encarnan **valores tradicionales en términos de relaciones de género** como pueden ser la sumisión, la búsqueda de la validación del marido, dedicar sus vidas de manera íntegra a las tareas domésticas y el cuidado del hogar, el sacrificio por la familia, o la exaltación del matrimonio como forma de vida.

8 Sobre las estrategias narrativas de los grupos anti-derechos, ver el capítulo 8 de *La derecha radical en el Estado Español. Difusión y batalla cultural de la extrema derecha y estrategias de comunicación*.

<https://rosalux.es/2021/06/de-los-neocon-a-los-neonazis/>

9 Este artículo de Nuria Alabao explica este fenómeno en relación a los hombres jóvenes: <https://nurialabao.blog/2022/02/11/ser-de-vox-es-guay-por-que-algunos-adolescentes-asumen-posiciones-antifeministas/>

10 Un ejemplo de cómo se expresa esta narrativa: https://www.youtube.com/watch?v=liE-4Oq_Tj8

El trasfondo de toda esta narrativa de amenazas construidas, identidades agraviadas y modelos tradicionales es, en última instancia, la **protección de una agenda económica** concreta: un programa basado en la liberación de las empresas de sus obligaciones fiscales, la reducción del gasto social y la promoción de un crecimiento económico y el extractivismo ilimitado. Para sostener esta agenda, se invoca la necesidad de volver a un supuesto **“orden natural”** de la sociedad que restablezca las jerarquías sociales a través del nativismo, la defensa de la supremacía blanca o el refuerzo del orden patriarcal.

Manipulación, discurso y mediafare

Otro factor que explica la expansión de la ofensiva anti-derechos tiene que ver con cómo están construidas sus piezas comunicativas, así como con los mecanismos de propagación que favorecen su difusión masiva. Aunque mucha atención pública se centra en las llamadas **fake news** o noticias falsas, los discursos anti-derechos utilizan un abanico mucho más amplio y sofisticado de **estrategias de manipulación**¹¹:

Polarización y simplificación del discurso

- Reducción de conflictos complejos a una dicotomía: “nosotros contra ellos”, “el bien contra el mal”.
- Creación de un enemigo único que agrupa a sujetos diversos (migrantes, feministas, ecologistas, disidencias) bajo una amenaza común.
- Uso de falsas equivalencias para simplificar el debate.

Ejemplo: Presentar el tema de la migración como una elección simple entre “proteger a la nación” o “dejar que las personas que migran tomen el control”, ignorando las complejidades de los fenómenos migratorios y la diversidad dentro de las personas que migran. Los feminismos se reducen a una “guerra de sexos”, presentándolos como un intento de “supremacía femenina”, y no como una lucha contra una desigualdad estructural.

Repetición y orquestación de mensajes

- Repetir mentiras o narrativas falsas de manera constante para normalizarlas.
- Renovación constante del discurso para mantener atención y control del marco.
- Emisión constante de información para mantener la atención, generar saturación

¹¹ Muchas de las estrategias recogidas en el siguiente listado no son nuevas. El lingüista Noam Chomsky, por ejemplo, elaboró una conocida lista de “10 estrategias de manipulación mediática”, y también existen los principios de propaganda formulados por Joseph Goebbels, ministro de propaganda del régimen nazi (ambas referencias son fácilmente accesibles en línea). Tampoco se trata de técnicas exclusivas de los grupos anti-derechos: algunas pueden encontrarse, en ciertos contextos, en campañas políticas o mediáticas de distinto signo. Lo que resulta novedoso es el uso intensivo, sistemático y orquestado de estas estrategias por parte de grupos coordinados, que operan en red y con importantes recursos económicos. También son nuevos los canales a través de los cuales se despliegan, así como los emisores y las formas de legitimación.

informativa, confundir y dificultar el discernimiento de la verdad.

- Crear un clima de caos informativo que inhabilite la acción y la reflexión crítica.

Ejemplo: Repetir constantemente que las personas que migran “vienen a quitarnos el trabajo” o a “aprovecharse de nuestro sistema sanitario”.

Deshumanización y creación de chivos expiatorios

- Presentar a ciertos grupos como “diferentes” o menos humanos, para justificar medidas discriminatorias o de violencia.
- Culpar a un grupo específico (chivo expiatorio) de todos los problemas sociales.

Ejemplos: Con el genocidio en Gaza, vemos constantes ejemplos de deshumanización de las palestinas por parte del Estado de Israel: desde llamarlas ‘animales humanos’, a mostrar imágenes donde se las humilla o caricaturiza.

Apelar al miedo y a las emociones

- Inventar o exagerar amenazas o peligros para generar miedo y justificar medidas represivas.
- Uso de tácticas emocionales para anular el análisis racional y abrir la puerta a manipulaciones más profundas, por ejemplo: crear un falso sentido de urgencia para inducir a la acción sin reflexión crítica.

Ejemplo: Se difunde la idea de que permitir la entrada de personas migradas, sobre todo si vienen de contextos donde la religión islámica es predominante, llevará a un aumento del terrorismo, manipulando datos para causar miedo en la población. Se exageran las consecuencias del feminismo afirmando que las feministas quieren “destruir la familia”.

Selección y manipulación de la información

- Sesgo de confirmación: elegir solo los datos que refuerzan su visión
- Omisión de hechos o matices que cambian el sentido del mensaje.
- Uso de testimonios individuales o historias seleccionadas para negar tendencias generales.

Ejemplo: Se resaltan sólo los casos delictivos que involucran a personas que migran, mientras se omiten los delitos cometidos por personas locales.

Lenguaje eufemístico y vulgarización

- Uso de un lenguaje suave o eufemístico¹² para disfrazar intenciones discriminatorias.
- Abandono de simbología fascista tradicional en favor de una estética “neutra”.
- Uso de lemas simplistas y fáciles de recordar.

Ejemplo: Hablar de “protección de la identidad nacional” en lugar de exclusión racial. O el uso de expresiones como “políticas identitarias para blancos” (Richard Spencer).

Creación de teorías de conspiración

- Difusión de teorías de conspiración para explicar fenómenos sociales y sembrar desconfianza.
- Vincular a los adversarios con planes ocultos para justificar políticas autoritarias.

Ejemplo: La difusión de la teoría de la “gran sustitución,” que sugiere que hay un complot para reemplazar a la población blanca por personas migradas, para sembrar miedo y justificar políticas xenófobas. O teorías conspiratorias sobre la Agenda 2030.

Victimización propia y transferencia

- Presentarse como víctimas del sistema.
- Proyectar en el adversario sus propias prácticas autoritarias.

Ejemplo: Alegar “censura feminista” o “dictadura progre” cuando se señalan sus discursos discriminatorios.

Distraer y crear problemas

- Desviar la atención de los problemas centrales hacia polémicas menores o ataques personales.
- Crear conflictos para ofrecer soluciones funcionales a su agenda (problema-reacción-solución).

Ejemplo: Durante un debate sobre políticas migratorias, se desvía la atención a la supuesta

¹² Por ejemplo, en la guía de estilo de Andrew Angle para el Daily Stormer, el autor alentaba a introducir conceptos racistas de modo que parecieran menos amenazadores, con el objetivo de marcar agenda y reorientar el foco del debate

<https://www.elsaltodiario.com/unidas-frente-al-odio/proyecto-una-extrema-derecha-internet-batalla-cultural-libro-rosa-luxemburg>

“pérdida de valores”.

Apelar a la tradición y la autoridad

- Invocar la tradición para frenar el cambio social
- Usar supuestos expertos para legitimar discursos sin rigor.

Ejemplo: Oposición al feminismo en nombre de los “valores tradicionales” o “los roles naturales”.

Control de la percepción pública

- Simular un falso consenso social (bandwagon) social a través de encuestas manipuladas o cobertura mediática.
- Crear un sentido de pasividad o resignación, sugiriendo que cualquier resistencia es inútil.

Ejemplo: Presentar a pequeños grupos reaccionarios como mayoría social.

Reescribir la Historia y manipular la realidad

- Reinterpretar el pasado para justificar posiciones actuales.
- Usar fuentes dudosas o falsificadas para dar apariencia de verdad..

Ejemplo: Reinterpretar la historia colonial como una “misión civilizadora,” minimizando la violencia y el expolio, para justificar actitudes neocoloniales en la actualidad.

Autoculpabilización y mantenimiento de la ignorancia

- Hacer creer al individuo que es el único responsable de su precariedad para desalentar la acción colectiva.
- Mantener al público en la ignorancia sobre las tecnologías y métodos utilizados para su control.

Ejemplo: Promover la idea de que las personas en situación de pobreza lo son “porque no se esfuerzan lo suficiente”.

Apropiación del discurso de los derechos humanos

- Presentarse como “defensores de los derechos humanos”, apropiándose de su discurso, para vaciarlo de significado.
- Intentan legitimar posturas discriminatorias bajo la apariencia de estar prote-

giendo libertades individuales, como la libertad de expresión o de conciencia.

Ejemplo: Se oponen a la implementación de políticas de igualdad de género en las escuelas argumentando que se está vulnerando la “libertad de conciencia” de las familias y su derecho a educar a sus hijas e hijos conforme a sus valores. Se utiliza la libertad de expresión como escudo para difundir discursos racistas, homófobos o machistas.

Refuerzo identitario

- Alimentar una narrativa en la que ciertos colectivos –generalmente mayoritarios o con privilegios estructurales– están amenazados por las minorías, para que se perciban a sí mismos como víctimas.
- Construir discursos de manera que refuercen identidades¹³

Ejemplo: la falsa narrativa de que las personas migradas reciben más ayudas del gobierno que las locales (“los MENAS se quedan con las ayudas de tu abuela”), lo cual se presenta como una “injusticia” hacia las personas nativas.

Por último, es necesario mencionar el papel blanqueador del poder mediático, al participar de las estrategias de **mediafare**¹⁴ de éstos grupos, proporcionando un altavoz y un lugar de visibilidad a discursos que no están verificados, colocándolos en el mismo nivel en el debate público que información que sí que tiene una base real.

El papel de las redes sociales

Las piezas de información manipulada que generan estos grupos se difunden fácilmente en redes sociales debido al diseño de los **algoritmos**. Redes sociales como Meta o X priorizan los contenidos que mantienen a las usuarias más tiempo en la plataforma¹⁵ y poder monetizar. Esto hace que visibilicen aquellos contenidos que generan mayor interacción, que suelen ser las **publicaciones polémicas o emocionalmente cargadas**, facilitando así su viralización. De esta manera, se incrementa la exposición a información falsa o manipulada, que es más propensa a provocar interacciones rápidas y emotivas.

Los algoritmos también están programados para recomendar contenido y perfiles que se alinean con nuestros gustos y preferencias previos. Este fenómeno, descrito como la “**bur-**

¹³ Esto lo explica Guillem Martínez en la edición en inglés de *Fake You*. Se puede descargar en el siguiente enlace: <https://xnet-x.net/es/fakeyou-desinformacion-descarga/> y en este vídeo podemos ver un ejemplo: <https://www.youtube.com/watch?v=pQ38fPMtgYE>

¹⁴ Sobre las estrategias de mediafare, Alicia Valdés las describe muy bien en su libro *Política del Malestar*, recientemente publicado por la editorial Debate.

¹⁵ Algunos estudios:

<https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/mit-sloan-research-about-social-media-misinformation-and-elections> y <https://www.nature.com/articles/d41586-023-02325-x>

buja de filtros”¹⁶ por Eli Pariser en su libro *The Filter Bubble*, crea lo que se conoce como **cámaras de eco**, donde a las personas usuarias se les muestra contenido que refuerza sus creencias preexistentes. Esta dinámica de retroalimentación positiva¹⁷ dificulta la exposición a puntos de vista diferentes, contribuyendo a la polarización social y política, y limitando la capacidad de las personas para tener una visión más amplia y crítica sobre los temas que consumen en Internet¹⁸.

Además de esto, la comunicación mediada por pantalla, donde no hay contacto, ni rostro ni conexión emocional física, facilita procesos de simplificación del discurso, deshumanización o desinhibición, lo cual incrementa la polarización.

Para acabar, es necesario mencionar **los vínculos entre redes sociales como X y Meta**¹⁹ con actores políticos de extrema derecha y grupos anti-derechos, tanto por afinidades ideológicas como por intereses económicos. Estas plataformas han funcionado como altavoces privilegiados de discursos autoritarios, permitiendo su expansión masiva sin una regulación efectiva ni responsabilidad editorial clara.

¹⁶ Sobre esto, ver la conferencia TED de Eli Pariser “Beware online filter bubbles”:

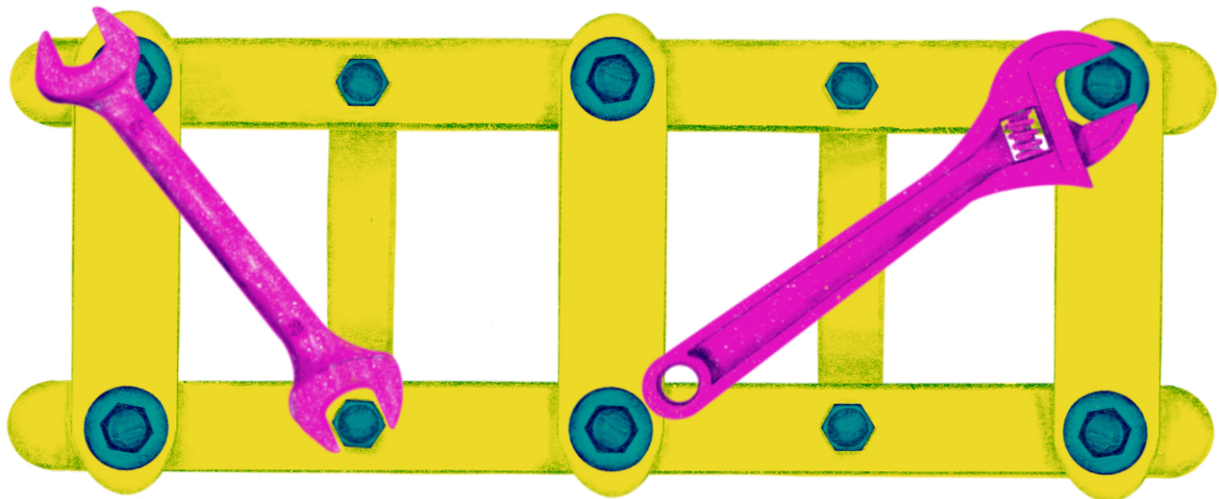
https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles/up-next?subtitle=en&lng=es&geo=es

¹⁷ Sobre los mecanismos que inciden en la propagación de fakes y los mecanismos de polarización, *Fake You*, - libro editado por Rayo Verde-, dedica un capítulo a explicar la interacción entre el “sesgo de confirmación” y las “cámaras de eco”.

<https://xnet-x.net/es/informe-fake-news-desinformacion/>

¹⁸ Sobre discursos de odio en internet y cuál es la relación de este fenómeno con el Big Tech, recomendamos la lectura de *La Viralidad del Mal*, del Proyecto UNA, editado por Descontrol.

¹⁹<https://www.elsaltodiario.com/facebook/zuckerberg-se-quita-careta-trump-le-pide-defienda-meta-frente-bruselas>



ENTENDER CÓMO PENSAMOS: PATRONES DE PENSAMIENTO Y CAMBIO SOCIAL

Desde los movimientos sociales y organizaciones vinculadas con la justicia social a menudo **pensamos que la mera exposición de los hechos sirve para generar un cambio**. Trabajamos en sesudos informes que prueban vulneraciones de derechos humanos o comunicados que recojan nuestras demandas, los lanzamos y a menudo comprobamos que esta información no tiene el efecto deseado de cambio de mentalidad ni incide como nos gustaría en el debate público. ¿Qué es lo que está fallando?

Décadas de investigación en ciencias sociales muestran que la información no se transmite de forma neutral ni se interpreta de forma objetiva. Diversas disciplinas²⁰ han estudiado de qué manera las personas procesamos la información a través de **estructuras mentales que configuran nuestra comprensión del mundo**. Tendemos a favorecer, buscar, interpretar y recordar la información que confirma nuestras propias creencias o hipótesis, rechazando todo lo que no encaja con lo que ya pensamos. Cualquier problema

20 Algunas referencias para ampliar información: George Lakoff desde la lingüística, Leon Festinger (teoría de la disonancia cognitiva), Kahneman (explora cómo las heurísticas o atajos mentales influyen en la toma de decisiones pueden llevar a errores cognitivos o sesgos, como el sesgo de confirmación), Susan Fiske (estereotipos y cognición social), Jean Piaget (teoría del desarrollo cognitivo), Ulric Neisser (psicología cognitiva) o Herbert Simon (teoría de la toma de decisiones limitada). Desde la teoría de la comunicación crítica es interesante leer a Martin Serrano, quien explica de qué manera la comunicación está mediatizada por sistemas culturales, simbólicos e institucionales que organizan la experiencia social: lo que se conoce, lo que se cree y lo que se considera posible depende, por tanto, de quién puede decirlo, desde dónde y en qué condiciones sociales y políticas.

nuevo al que nos enfrentamos es interpretado a través de estos “recipientes mentales”, los **patrones de pensamiento**, que son conformados por suposiciones extendidas, sistemas de valores y metáforas que funcionan a modo de atajos mentales. Cuando una información entra en contradicción con esta estructura de pensamiento, tenemos una tendencia a descartarla²¹.

Qué son los patrones de pensamiento

Los patrones de pensamiento²² son formas de interpretar y organizar la realidad que asumimos como naturales, pero que operan por debajo del nivel consciente del discurso o la opinión. Aunque suelen ser duraderos y ampliamente compartidos no son inmutables: se aprenden, se reproducen y, por tanto, pueden cambiar.

Diversas disciplinas han estudiado los patrones de pensamiento: en antropología se habla de *modelos culturales*, en psicología, de *atajos mentales o heurísticas*; desde la narrativa, de *narrativas profundas*; en lingüística cognitiva, *marcos profundos*. Aunque cada disciplina ofrece una perspectiva distinta sobre cómo funcionan, todas se refieren a un fenómeno similar: existen unas **herramientas cognitivas** a través de las cuales codificamos y organizamos de manera selectiva la información que recibimos. Estos patrones de pensamiento nos permiten aprehender la realidad, comprender el mundo y decidir cómo actuar en él. Por su parte, corrientes críticas²³ -como la teoría marxista, teorías decoloniales, los estudios antirracistas- han señalado que estas herramientas cognitivas no son neutrales ni universales. Están **atravesadas por relaciones de poder, contextos históricos y estructuras sociales** que moldean qué se considera pensable o imaginable. Desde estas miradas, los patrones de pensamiento no solo estructuran la percepción individual, sino que también reflejan y reproducen jerarquías que naturalizan desigualdades.

Los patrones de pensamiento se reproducen a través de **narrativas** que se repiten, moldeando nuestras expectativas sobre el funcionamiento del mundo y, por tanto, tienen la capacidad de normalizar o problematizar el orden social vigente.

21 Este fenómeno se llama sesgo de confirmación, y explica mecanismos como lo que la antropología denomina ‘reducción a la unidad’, que es la eliminación en el discurso de complejidades, detalles, contexto, relaciones, procesos y relieves, sustituyéndolos por interpretaciones simplificadas que eliminan matices.

22 Se ha escogido el término “patrones de pensamiento” para explicar que hay formas formas de pensar que aprendemos, compartimos y repetimos, y que influyen en cómo entendemos el mundo y actuamos en él. Pero cada disciplina se refiere a este fenómeno de maneras diferentes: mindsets, marcos mentales, modelos culturales, patrones cognitivos, imaginarios sociales, regímenes de sentido..

23 De hecho, las corrientes críticas no utilizan el concepto de “patrones de pensamiento” como categoría, pero sí abordan fenómenos equivalentes: epistemologías dominantes, colonialidad del saber, imaginarios hegemónicos, regímenes de verdad, construcción de subjetividades o hegemonía cultural.

Patrones de pensamiento predominantes

No todos los patrones de pensamiento tienen la misma penetración. Algunos están muy arraigados.

El *Frameworks Institute*, que es un centro que lleva más de 10 años trabajando el cambio social a través de los marcos mentales, está llevando a cabo un proyecto²⁴ centrado en tres patrones de pensamiento que, según el grupo que desarrolla este trabajo, emergen de manera recurrente para abordar temas muy diferentes. Estos patrones recurrentes son:

- **Individualismo:** El individualismo es la idea de que nuestros éxitos y nuestros fracasos son un resultado de nuestras elecciones, nuestro esfuerzo y nuestra fuerza de voluntad. Cuando el individualismo domina nuestro pensamiento y no está equilibrado con una comprensión de la realidad más global y sistémica, razonamos de una manera muy particular. Por ejemplo, si tenemos éxito en los estudios, no es porque hayamos tenido buenos profesores, o un hogar que nos ha proporcionado un entorno de seguridad o la cobertura de nuestras necesidades básicas, sino porque hemos trabajado duro. Si tenemos problemas de salud, es porque hemos elegido determinado estilo de vida. Si estamos atrapadas en la pobreza, es porque somos vagas. Si triunfamos en los negocios, todo ha sido gracias a nuestro esfuerzo. El individualismo normaliza la idea de que el sufrimiento de ciertas personas es su culpa, desviando la atención sobre otros factores que inciden en nuestras vidas, como las condiciones materiales, nuestro entorno social u otras opresiones estructurales.
- **Fatalismo:** Es el patrón de pensamiento que nos dice que un problema es demasiado grande como para solucionarlo. Cuando realizamos un trabajo de sensibilización sobre una temática que es muy extrema, como puede ser el cambio climático, podemos tender a reforzar patrones fatalistas, al querer sensibilizar sobre la complicada situación eco-social que vamos a vivir si no tomamos medidas. Por esto, tenemos que tener mucho cuidado en generar narrativas balanceadas que no conduzcan al inmovilismo o a lanzarnos a opciones desesperadas.
- **Otredad (othering):** Se refiere al proceso de representar a determinados grupos como distintos, ajenos o incluso amenazantes respecto a un “nosotras” dominante. Este patrón aparece cuando se enmarcan las desigualdades en términos de “ellos” frente a “nosotras”, lo que activa marcos mentales de suma cero: si un grupo gana, otro pierde. El racismo, la islamofobia, la LGTBIQ+fobia o la gitanofobia se sostienen en este mecanismo.

Para hacer frente a estos patrones de pensamiento, el *Frameworks Institute* recomienda **activar patrones centrados en el pensamiento sistémico, en soluciones y pensar desde**

²⁴ El FrameWorks Institute tiene una línea de investigación que se llama “Moving Mindsets” que presentó en un webinar el 6 de febrero de 2024, y cuyo trabajo se puede seguir aquí: <https://frameworksuk.org/movingmindsets/>

la colectividad.

Un ejemplo muy simplificado sobre cómo podríamos utilizar esta propuesta de análisis del *Frameworks Institute* para abordar un tema como las ayudas sociales²⁵:

Patrón individualista Quienes piden ayudas sociales son personas que no se han esforzado lo suficiente; si trabajaran, no necesitarían ayudas.	Patrón centrado en la colectividad Todas las personas, en algún momento de nuestras vidas, podemos necesitar apoyo. Las ayudas sociales son una herramienta colectiva para asegurar que nadie quede atrás, podamos reponernos y llevar una vida digna.
Patrón fatalista Siempre habrá desigualdades en este mundo, no podemos hacernos cargo la vida de todo el mundo. Cada palo que aguante su vela.	Patrón centrado en soluciones Con políticas públicas que garanticen acceso a la educación, la vivienda y el empleo digno, podemos reducir la necesidad de ayudas asistenciales y fortalecer la autonomía de todas las personas. Invertir en derechos básicos no solo mejora las condiciones de vida inmediatas, sino que crea una sociedad más resiliente, donde cada personas pueda desarrollar sus capacidades y aportar.
Patrón de otredad Hay gente que abusa del sistema de ayudas y viven a costa de quienes trabajamos.	Patrón sistémico Las ayudas sociales son un mecanismo esencial de protección construido para hacer frente a las desigualdades que nuestras sociedades generan de manera estructural. Las condiciones de pobreza, exclusión o vulnerabilidad son el resultado de sistemas económicos y sociales que distribuyen de manera desigual los recursos, las oportunidades y los derechos. Ante esta realidad, las ayudas sociales cumplen la función de reparar, en parte, esas brechas, garantizando que las personas puedan cubrir necesidades.

²⁵ El contenido de este cuadro es de elaboración propia, no ha sido realizado por el Frameworks Institute. El objetivo es mostrar cómo podríamos utilizar su marco de análisis para una temática concreta.

Desde otra rama de estudio, como la lingüística, **George Lakoff define los marcos profundos (deep frames)**²⁶, como las estructuras subyacentes que organizan las percepciones y las interpretaciones de las personas, y que influyen de manera profunda en cómo las culturas y sociedades comprenden conceptos fundamentales como la familia, la autoridad, el trabajo, la moralidad, etc. Lakoff estudió la cultura de EEUU y se dio cuenta de que existen dos grandes patrones culturales que coinciden con estructuras familiares: el del “progenitor protector” y el del “padre estricto”²⁷. Estos dos modelos configuran nuestra manera de escoger las opciones políticas.

Para las personas que estructuran su patrón de pensamiento en torno al modelo del “padre estricto”, el mundo es un lugar hostil y competitivo, donde hay ganadores y perdedores. Se necesitan figuras de autoridad fuertes que enseñen lo correcto a través de la disciplina y el castigo. Según esta visión, quien no prospera es porque no ha sido lo suficientemente disciplinado, y la pobreza se percibe como una consecuencia moral que debe corregirse a través del esfuerzo individual. De ahí que se defienda la necesidad de un “orden moral” y un Estado mínimo: las ayudas a colectivos vulnerabilizados se consideran un incentivo negativo que desincentiva la autosuperación, y el libre mercado se presenta como el mejor sistema para recompensar el mérito individual.

Por su parte, las personas que estructuran su pensamiento según el modelo de “progenitor nutridor” entienden que las criaturas necesitan empatía, cuidado y apoyo para desarrollarse plenamente. La educación se concibe como una herramienta para fomentar la responsabilidad individual y colectiva. Desde esta perspectiva, la sociedad es una comunidad interdependiente, y el Estado debe desempeñar un papel activo en la protección de las personas, promoviendo políticas sociales, ambientales y educativas. Se valoran principios como la libertad, la empatía y el servicio a la comunidad, y se entiende que las subvenciones o prestaciones sociales son inversiones en el bienestar común y en el futuro de la sociedad..

Los movimientos antirracistas y decoloniales también han contribuido al análisis de los patrones de pensamiento²⁸, especialmente en lo que respecta a su dimensión histórica, estructural y relacional. En particular, se ha estudiado cómo la **construcción del Estado moderno occidental** se configura en un proceso de oposición y diferenciación frente a lo “otro” – pueblos indígenas, gitanos, africanos o musulmanes–, en contextos históricos como el llamado “descubrimiento” de América, la expulsión de las poblaciones árabes o las políticas de persecución contra el pueblo gitano en la Europa moderna. Estos enfoques permiten ir más allá de la idea de que el racismo, la

26 Algunas lecturas recomendadas en este sentido son; *La mente política: Cómo los cerebros dan forma a las elecciones* o *Puntos de Reflexión. Manual del Progresista*.

27 Obviamente, Lakoff no habla de padres “reales”, sino que utiliza de una metáfora: “strict father” and “nurturant parent”, para explicar cómo estructuras simbólicas basadas en el entorno de socialización familiar son utilizadas por las personas para interpretar el contexto político.

28 Si bien en este documento se utiliza la expresión “patrones de pensamiento” de manera muy general, estos movimientos, abordan fenómenos análogos para subrayar que las formas de pensar y categorizar el mundo están históricamente situadas y al servicio de relaciones de poder y dominación. a través de conceptos como “epistemologías coloniales”, “régimenes de verdad”, “imaginarios hegemónicos”, “estructuras ideológicas de la racialización” o “formaciones discursivas”.

islamofobia o el antigitanismo son simplemente prejuicios individuales, proponiendo entenderlos como parte de modelos culturales, institucionales y económicos más amplios que han tenido un papel en la conformación de las identidades nacionales, los imaginarios de ciudadanía y las jerarquías sociales. Lejos de quedar anclados en el pasado, estos patrones siguen actualizándose y reproduciéndose en el marco del capitalismo global, los regímenes de control migratorio y muchas estructuras institucionales que contribuyen a sostener formas de desigualdad basadas en la racialización. Al visibilizar estos entramados históricos y políticos, estos enfoques nos invitan a cuestionar no solo qué pensamos, sino desde dónde y qué función cumple dentro del sistema económico capitalista.

Cambiar patrones de pensamiento

El cambio social a través de los **patrones de pensamiento** ha sido abordado desde múltiples perspectivas, incluyendo la psicología cognitiva, la sociología, la antropología, la pedagogía, la lingüística, la comunicación crítica, la comunicación transformadora y teorías que explican la relación entre poder y hegemonía y los patrones de pensamiento. Cada disciplina ofrece enfoques distintos sobre cómo se forman, mantienen y cambian estos patrones en las sociedades.

Para George Lakoff²⁹, aunque las personas pueden tener patrones de pensamiento predominantes, **compartimos y comprendemos otros patrones**, independientemente de la edad, la geografía u otros factores, debido a nuestra exposición a diferentes influencias culturales. De hecho, en cada persona conviven modelos culturales contradictorios: algunos son predominantes y otros están latentes. Las personas pueden aplicar ciertos patrones en ámbitos específicos de su vida y otros diferentes en otros contextos. Por ejemplo, algunas personas pueden ser individualistas en el ámbito laboral, pero aplicar un patrón protector en el entorno familiar o con su grupo de pares. Según Lakoff, cambiar estos patrones implica cambiar los marcos a través de los cuales interpretamos la información, lo que se logra mediante el uso deliberado del lenguaje y narrativas que activen marcos alternativos.

Los patrones de pensamiento también pueden fortalecerse, debilitarse o cambiar con el tiempo, dependiendo del contexto. Las personas pueden ampliar sus límites cuando están expuestas a **nuevas realidades y formas de pensar**, lo que les permite comprender e integrar esas nuevas realidades. Los patrones de pensamiento pueden ser desplazados por otros o sustituirse por mentalidades completamente nuevas. Por ejemplo, es sabido que la Primera Guerra Mundial y el período de entreguerras marcaron un cambio en el rol de las mujeres en los países occidentales. Al ser enviados los hombres a la guerra, las mujeres asumieron trabajos y responsabilidades de las que antes habían sido excluidas.

29 George Lakoff desarrolla estas ideas principalmente en *Metáforas de la vida cotidiana* (con Mark Johnson, 1980) y en *No pienses en un elefante* (2004), donde aplica su teoría de los marcos conceptuales al lenguaje político y la comunicación pública.

Esto produjo un cambio en los patrones de pensamiento³⁰. Si antes se consideraba que el rol adecuado para la mujer era quedarse en casa y criar, pasó a valorarse positivamente que trabajase fuera del hogar y cultivase su independencia. En este sentido, un cambio en las condiciones materiales provoca un cambio en las mentalidades. Esto enlaza con la **perspectiva crítica de la comunicación**³¹, según la cual las estructuras mentales por las que aprehendemos la realidad no son individuales ni naturales: son productos históricos y sociales, moldeados por la **cultura dominante y por los sistemas de mediación** que organizan el conocimiento en cada época. Lo que se conoce, lo que se cree y lo que se considera posible no depende sólo de lo que se dice, sino de quién puede decirlo, desde dónde y en qué condiciones sociales y políticas. El reto no sería tanto cómo decir las cosas, sino cómo disputar las condiciones sociales que hacen que unas narrativas prevalezcan y otras sean marginadas. Desde una perspectiva complementaria, la **teoría de la hegemonía cultural** de Gramsci aporta claves para entender cómo se naturalizan ciertos patrones mentales. El “sentido común” dominante no surge de manera espontánea, sino que es el resultado de luchas por el control simbólico que se dan en el terreno de la cultura y la comunicación. Disputar los patrones de pensamiento hegemónicos implicaría crear contrahegemonía: formas alternativas de interpretar el mundo, construidas desde lo colectivo, que cuestionen las jerarquías establecidas.

Por otro lado, si ciertos patrones de pensamiento y comportamiento se generan por repetición, también podrían cambiarse mediante la repetición. En este sentido, merece la pena tener en cuenta la teoría de la **performatividad subversiva** de Judith Butler. Butler propone que el género no es una esencia, sino un efecto de actos repetidos que, al seguir normas sociales internalizadas, producen la ilusión de identidades naturales e inmutables. Sin embargo, como esas normas se sostienen por repetición, también pueden ser subvertidas a través de actos que interrompan o resignifiquen las expectativas establecidas, abriendo espacio para nuevas configuraciones identitarias.

El **psicoanálisis** también ha contribuido al estudio de los patrones de pensamiento inconscientes y su influencia en el comportamiento y la ideología. Autores como Erich Fromm³² o el pensador y revolucionario Frantz Fanon³³ han analizado la relación entre **estructuras psicológicas y sistemas de opresión**, sugiriendo que el cambio social implica un trabajo psicológico profundo para cuestionar las estructuras de poder internalizadas.

Por su parte, Paulo Freire³⁴ plantea que la reflexión y el diálogo pueden ser herramientas

30 Es necesario nombrar que éstos cambios no fueron inmediatos, sino que abrieron grietas que luego fueron reforzadas por luchas políticas y sociales (por ejemplo, el sufragismo).

31 Ver: *La producción social de comunicación o Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia La mediación social*, de Martín Serrano.

32 Erich Fromm, en *El miedo a la libertad* explora cómo las personas interiorizan sistemas autoritarios y cómo las estructuras psicológicas influyen en el sostenimiento del orden social.

33 Frantz Fanon analiza los efectos del colonialismo en la subjetividad y la reproducción del racismo en *Los condenados de la tierra*, donde plantea que el cambio social requiere una descolonización también del pensamiento.

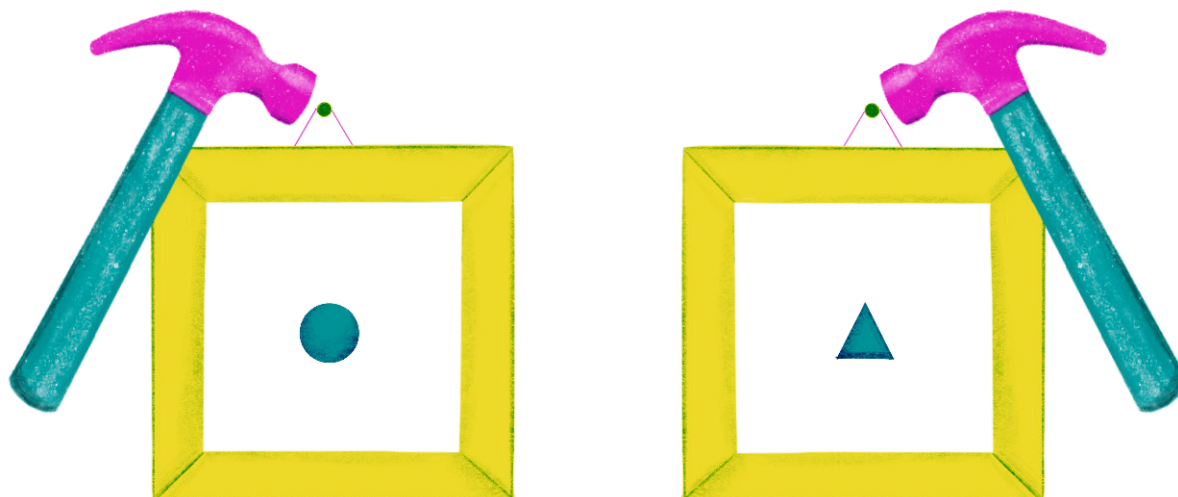
34 Paulo Freire propone la educación como práctica de la libertad en *Pedagogía del oprimido*, donde la conciencia crítica y el diálogo son herramientas centrales para transformar estructuras de pensamiento opresivas.

efectivas para cambiar patrones de pensamiento. A través de la **conciencia crítica**, las personas pueden desafiar las estructuras de poder que han internalizado y crear nuevas formas de entender el mundo, lo cual es esencial para la liberación social y el cambio.

En este sentido, el paradigma de la **comunicación transformadora** propone crear espacios donde otras realidades, experiencias y voces puedan emerger, ser legitimadas y disputar el sentido común hegemónico.

El objetivo de este denso resumen es mostrar que el cambio de los patrones de pensamiento se ha abordado desde múltiples enfoques, y estas perspectivas apuntan a diferentes soluciones para generar cambio social, que van desde transformar los marcos que las sostienen, a los sistemas que las legitiman y las relaciones que las reproducen.

En este panorama, las corrientes críticas advierten que transformar marcos mentales sin alterar las estructuras materiales, epistémicas o relacionales es insuficiente. Por ello, el trabajo comunicativo, para ser transformador, debería entrelazarse con procesos comunitarios, organizativos y políticos de incidencia, que sostengan todos estos imaginarios en prácticas concretas.



ENMARCADO Y CONSTRUCCIÓN DE NUESTRAS NARRATIVAS

En este apartado haremos un repaso a elementos que podemos tener en cuenta cuando construimos nuestras narrativas si queremos llegar a personas que aún no se sienten interpeladas por nuestros mensajes.

Empezamos por el **enmarcado**, que es el proceso mediante el cual se define un problema o cuestión, enfocando la atención en ciertos elementos mientras se omiten otros. A través del enmarcado, podemos reforzar o activar determinados patrones de pensamiento.

El abecé del enmarcado se basa en el trabajo de tres elementos: los **valores**, las **metáforas** y las **cadenas de pensamiento** orientadas a ofrecer soluciones. A continuación, veremos cómo utilizarlos para generar narrativas eficaces. Pero primero, es fundamental entender la primera regla del enmarcado estratégico, que es: “no pienses en un elefante”.

Conocer el marco que queremos desplazar

Si le dices a alguien que no piense en un elefante, lo primero que le viene a la cabeza es, precisamente, un elefante. A través de esta famosa metáfora, el lingüista George Lakoff nos recuerda que para cuestionar una idea o contrarrestar un discurso no basta con negar sus premisas: necesitamos **hablar desde marcos mentales distintos**, porque si discutimos desde el marco del adversario, acabamos reforzándolo, incluso cuando lo criticamos.

Por eso, antes de construir una narrativa propia, es imprescindible detenerse a analizar el marco que queremos desplazar. Es decir, comprender cómo se presenta actualmente el problema en el espacio público: ¿Cómo está definido el problema? ¿Qué omite deliberadamente? ¿Qué conceptos utiliza y con qué carga emocional? ¿Qué soluciones plantea? ¿Quiénes son las mensajeras (medios, instituciones públicas, grupos de presión, comentaristas...) ¿Qué marcos de pensamiento emplean y cómo interactúan con los modelos culturales o mentales predominantes? ¿Mediante qué metáforas y valores se expresan? ¿Qué comportamientos y emociones activa? ¿Qué prácticas sociales y culturales podría fomentar?

Este análisis nos permite ser conscientes de los modelos que activa el enmarcado actual y nos facilitará proponer otros marcos que posibiliten un cambio desde patrones de pensamiento diferentes, evitando utilizar un vocabulario o lógicas que refuerzan los marcos y patrones que pretendemos erradicar.

Hablar de migraciones

La migración es un ejemplo de temática que se ha abordado desde marcos racistas, xenófobos y coloniales. Tanto políticos como medios han asociado este fenómeno a la amenaza a través de metáforas vinculadas a desastres naturales, como “avalancha”, “oleada” o “invasión”, activando marcos mentales que asocian la migración con peligrosidad y caos.

Si analizamos el marco que queremos desplazar, este sería:

- Definición del problema: La migración es presentada como un fenómeno desbordante y peligroso que amenaza la estabilidad y seguridad del país receptor.
- Conceptos utilizados: Metáforas de desastres naturales como “avalancha” o “oleada”.
- Emociones activadas: Miedo, inseguridad y rechazo hacia las personas que migran.
- Comportamientos fomentados: Apoyo a políticas restrictivas y discriminación hacia las personas que migran.

Para contrarrestar este marco, varias guías³⁵ ofrecen otros marcos de relato que evitan generalizaciones, destacando la diversidad de motivos y circunstancias que llevan a las personas a migrar, sus deseos, sus sueños y opiniones.

Entidades del sector social, de la comunicación transformadora, colectivos y movimientos sociales llevan años trabajando en contrarelatos sobre como abordar determinadas temáticas, por lo que siempre es recomendable, cuando se trabaja una temática, investigar si se ha realizado un trabajo narrativo previo. Al final de este documento se pueden encontrar algunas guías.

35 Algunas: la *Guía didáctica para el correcto tratamiento mediático de las migraciones* de La mar de gente Comunicación y Por Causa <https://fape.es/wp-content/uploads/2022/01/Gu%C3%ADa-did%C3%A1ctica-migraciones.pdf> o *Qui té dret a explicar la teva història? Noves narratives sobre joves migrants*, de Quepo: https://quepo.org/wp-content/uploads/2024/12/Quepo-GuiaBonesPractiques-JoventutMigrant-Periodistes_vM-1.pdf

Apelar a valores compartidos

Los valores son ideales relativamente estables que orientan y motivan nuestras actitudes y comportamientos. Tienen un efecto directo sobre nuestras decisiones personales, sociales y políticas. Por ejemplo, una persona que valora especialmente el esfuerzo personal tenderá a apoyar a candidaturas que defienden principios meritocráticos.

Cuando sentimos que compartimos valores con otra persona, estamos más dispuestas a escucharla. Esto no significa que, para conectar con determinados sectores, debamos apelar a valores contrarios a nuestras convicciones. Muchas personas no utilizan términos como “justicia social” o “equidad”, pero sí reconocen y practican valores similares en distintos ámbitos de su vida cotidiana.

Algunos de estos valores que pueden tener un carácter más transversal son: el bienestar de la comunidad, la responsabilidad, el respeto, la protección, la libertad, el cuidado, el amor, el compromiso, la empatía o la dignidad humana.

El movimiento Zapatista y la narrativa de la dignidad

La dignidad ha sido un valor apelado de manera constante en la comunicación zapatista. El EZLN ha defendido la idea de que su lucha no es solo para los pueblos indígenas de Chiapas, sino para todas las personas oprimidas del mundo. Utilizan una narrativa basada en la **dignidad humana**, haciendo un llamado a la resistencia, la autodeterminación y la autonomía de los pueblos marginados. Esta narrativa ha permitido al EZLN vincular su lucha con otros movimientos sociales alrededor del mundo, haciendo que su causa se perciba como universal.

Es importante que nuestros valores estén **orientados a movilizar en positivo**. Por ejemplo, en las narrativas sobre el cambio climático se ha utilizado a menudo una comunicación catastrofista que hace que caigamos en patrones fatalistas y como consecuencia, desmoviliza.

Por otro lado, varias guías³⁶ recomiendan presentar los valores **al inicio de nuestro argumentario**, para que guíen el razonamiento.

36 *Messaging This Moment Handbook* (de Anat Shenker-Osorio) <https://www.communitychange.org/wp-content/uploads/C3-Messaging-This-Moment-Handbook.pdf> o *Guide to Messaging Our Freedoms* (We Make the Future / ASO) https://docs.google.com/document/d/1FAH_uoVMFlzXss7gm2QsVOo7VbSLnqfZUN_8umxHVVYQ/edit?usp=sharing

Algunos ejemplos

- Mejor comenzar nuestra argumentación por: “las personas merecemos ser tratadas con respeto”, a comenzar con una frase como “nuestras sociedades maltratan a X colectivo”.
- Mejor comenzar por: “todas las familias merecen acceder a cuidados de salud seguros y asequibles” a “La sanidad pública está siendo desmantelada”.
- Mejor comenzar por: “las personas aspiramos a formar proyectos de vida con las personas a las que queremos y que nos quieren”, a comenzar por “las personas LGTBIQ+ estamos discriminadas”.

Comenzar nuestra argumentación por valores compartidos no debería implicar a renunciar a hablar de los problemas, de hecho es importante describirlos para poder generar un cambio. Pero **presentar el problema tras haber establecido el valor compartido**, puede ayudar a generar apertura hacia nuestro mensaje en ciertas audiencias que no suelen estar receptivas³⁷.

Por último, debemos **ser coherentes**. A veces partidos políticos u organizaciones recurren a apelar a ciertos valores o narrativas considerados más *mainstream* con el objetivo de complacer a la mayor cantidad de personas posible, independientemente de sus ideologías. Un ejemplo es cuando se apela a valores liberales como centrar el argumentario en la utilidad económica cuando hablamos de migraciones, reivindicar la paz en abstracto y sin un marco claro cuando hablamos de un genocidio o cierto punitivismo cuando abordamos diferentes problemáticas sociales. Esto, a la larga, puede llevarnos a reafirmar mentalidades que no nos benefician. Además, rebajando nuestros valores y mensajes puede que no ofendamos, pero tampoco generamos nada nuevo, dejamos de entusiasmar a personas y a colectivos que son vanguardia del cambio y perdemos fuerza³⁸.

Encontrar las metáforas adecuadas

Las metáforas son atajos explicativos que permiten entender y experimentar una situación utilizando lógicas de otros contextos. En nuestro día a día estamos constantemente utilizando metáforas que remiten a creencias. Un ejemplo es: “el hombre es un lobo para el hombre”, una metáfora nos coloca en una lógica individualista y de otredad. Otro ejemplo corresponde a toda la gama de metáforas que remiten a la creencia de que lo bueno está arriba, lo malo está abajo: “he tenido un subidón”, “estoy en mis momentos bajos”, “volar alto”, “las bajas pasiones”...

37 En todo momento este documento está orientado a comunicar con audiencias que no están alineadas con marcos de justicia social o derechos humanos. Obviamente no es necesario realizar este tipo de adaptaciones con otros públicos o contextos.

38 *Messaging This Moment Handbook* lo explica <https://www.communitychange.org/wp-content/uploads/C3-Messaging-This-Moment-Handbook.pdf>

Más ejemplos de metáforas:

- La metáfora de la guerra es muy utilizada a menudo en contextos o situaciones que no son bélicas. Por ejemplo, se usa para hablar de una discusión o debate: “los contrincantes se atrincheraron”, “ganar el debate”, “atacar los argumentos”... La metáfora de la guerra se utilizó también durante la pandemia por COVID-19, con episodios como el ejército en la calle, con un objetivo de activar patrones de pensamiento vinculados con la disciplina y servicio a la nación.
- “Empezar en un garaje”, como metáfora de quien se ha labrado desde cero su fortuna.
- El concepto de “hermandad” es una metáfora poderosa. Jornaleras de Huelva lanzó por el 8M un manifiesto titulado “Hermanas de Tierra”, un concepto muy potente para evocar solidaridad de clase y raza.
- El mundo de la cocina es una fuente de metáforas que usamos a menudo aplicadas a otros entornos: “la relación no cuajó”, “esta persona o situación está podrida”, o frases como “muchas cocineras estropean el caldo”.

Las **metáforas son muy poderosas, dado que nos ubican en una lógica y unas reglas del juego concretas**, las del escenario de la metáfora. Por ejemplo, el lingüista Lakoff explica cómo el uso de metáforas bélicas sobre los debates nos colocan en un escenario de suma cero, donde una persona gana y otra pierde. Esto no tendría por qué ser así. Un debate o discusión podría verse como un baile donde las personas que debaten se mueven, se sincronizan o no, ajustan sus ritmos... para llegar a algo en común.

Otras ventajas de usar metáforas:

- Economía narrativa: proporcionan unas reglas, lógicas y maneras de funcionar que no es necesario explicar, porque ya las tenemos interiorizadas.
- Ya están testeadas: la gente las conoce y las entiende.
- Son visuales, concretas y familiares a la gente.

Las metáforas remiten a patrones de pensamiento. Como veíamos anteriormente, la metáfora de “el hombre es un lobo para el hombre”, evoca patrones de pensamiento individualistas y de otredad. Sabiendo esto, podemos escoger metáforas que activen los patrones que queremos. Por ejemplo, si queremos generar una predisposición colaborativa, podemos recurrir a metáforas deportivas donde se pongan en práctica valores colaborativos. O por ejemplo, si nos planteamos un debate donde queremos que todas las personas se expresen, podríamos utilizar la metáfora del tenis, donde una jugadora necesita que la otra jugadora le pasa la pelota para continuar el partido en una retroalimentación continua.

Por último, cuando hablamos de metáforas tenemos que ser conscientes de que **las representaciones, símbolos e imágenes también tienen expresan**. Por ejemplo, el EZLN ha utilizado varias, como el pasamontañas como símbolo de anonimato y colectividad para expresar que no importan las identidades individuales de los líderes, sino la causa colectiva de los pueblos oprimidos; el camino y el caminar para representar la lucha continua de los

zapatistas y enfatizar la importancia del proceso y de la construcción continua de alternativas, o la noche y la oscuridad para representar el sufrimiento y la opresión.

Metáfora sobre la desigualdad. La carrera.

“Imagina una carrera en la que algunas personas empiezan desde la línea de salida, otras desde un kilómetro atrás, y otras van con pesas atadas a los tobillos. Luego, quienes llegan primero afirman que el éxito depende solo del esfuerzo. La sociedad es como esta carrera en la cual cada persona sale de diferentes puntos, algunas llevan cargas, otras van más ligeras y pueden avanzar más. Culpar a quienes no cruzan la meta en las mismas condiciones no solo es injusto, es ignorar que el sistema estaba amañado desde el principio”.

Metáfora sobre la equidistancia. El mundo como una escuela.

“Imagina una escuela donde unos estudiantes pueden golpear, humillar o expulsar a otros de sus aulas sin que nadie intervenga. Donde la dirección, alegando “neutralidad”, se cruza de brazos mientras observa la violencia. ¿Qué aprenden las criaturas en un lugar así? Aprenden que algunas vidas valen menos que otras. El mundo de hoy no es diferente. Cuando poblaciones enteras son desposeídas, asesinadas o sometidas, y las instituciones educativas eligen el silencio bajo el pretexto de que “es un tema político”, están enseñando indiferencia, están legitimando el abuso y poniéndose del lado del opresor. Si permitimos que la violencia se normalice, fallamos a quienes sufren injusticias y a todo el mundo al corromper la idea misma de justicia”.

Describir la problemática y las soluciones

A menudo asumimos que las personas no se adhieren a nuestras causas porque no les interesa o no quieren implicarse. Sin embargo, no todo el mundo parte del mismo nivel de información que podemos tener nosotras, ni nuestros mismos marcos de interpretación. Además, cuando compartimos información, a veces nos falta mayor claridad y estructura, a través de un hilo narrativo que permita comprender las causas del problema, sus consecuencias y las soluciones que proponemos. Y eso dificulta que quienes nos escuchan puedan conectar.

Cómo podemos estructurar nuestras narrativas para despertar interés, generar sentido, y mostrar vías para la acción:

- **Apertura – Apelar a lo que compartimos:** Los primeros segundos de un discurso son clave: es el momento en que quien nos escucha decide si lo que decimos le interesa o no. Por eso, el lenguaje que utilizamos afecta la percepción que tiene de nuestra postura, y puede abrir o cerrar la puerta a que se nos escuche. Especialistas en narrativa política sugieren que conviene comenzar con una frase de apertura que conecte con valores, experiencias compartidas o puntos

en común, con el fin de generar receptividad.

- **Explicar el problema:** Para generar cambios transformadores, no basta con centrarse en las manifestaciones visibles de una problemática: es necesario abordar sus causas estructurales. Aunque fenómenos como la criminalización de la pobreza, el patriarcado, el colonialismo, la islamofobia, el capitalismo racial u otras desigualdades estructurales pueden resultar complejos de explicar, es esencial hacer un esfuerzo narrativo que permita a personas no familiarizadas con estas temáticas comprender su origen y cómo se reproducen. Podemos hacerlo de las siguientes formas::

A través de explicaciones sistémicas que partan de las manifestaciones concretas hacia las causas profundas, mostrando el origen histórico de los sistemas de opresión y cómo estos se interrelacionan y se sostienen mutuamente. Por ejemplo, ante un incidente de violencia, no limitarnos a la denuncia, sino aprovechar para explicar el origen histórico de esa manifestación y cómo esta se construye a través de un sistema económico, narrativas mediáticas, leyes y las estructuras institucionales.

Razonar de lo concreto a lo abstracto: utilizando ejemplos tangibles que conecten con las experiencias cotidianas del público y sirvan de puente hacia explicaciones más complejas. Por ejemplo, podemos empezar a hablar del pulpo que comemos o de la ropa barata que llevamos para hablar de colonialismo, o de lo complicado que nos resulta alquilar un piso, para luego abordar la discriminación que sufren otros colectivos.

Nombrar a los responsables: A menudo usamos un lenguaje que presenta los problemas como si no tuvieran origen ni responsables claros. Hablamos de “la violencia de las fronteras”, “las desigualdades sistémicas”, “los salarios que caen” o “el cambio climático”, cuando en realidad las violencias estructurales no se generan ni se sostienen solas. Detrás de cada una hay actitudes personales que se sostienen en estructuras, pero también decisiones políticas, empresariales o institucionales: quienes legislan podrían elegir políticas diferentes o las empresas que toman decisiones podrían garantizar el cumplimiento de derechos en lugar de priorizar la reducción de costes. Por todo ello, algunas guías³⁹ sugieren, en determinados contextos, nombrar quién está detrás de los problemas que denunciamos, siempre que no se refuercen marcos de victimización o polarización.

- **Plantear soluciones:** Es necesario nombrar lo que proponemos. En este sentido, a menudo tendemos a utilizar un lenguaje centrado en lo que hay que reformar, mejorar o derogar. Este enfoque puede transmitir sensación de derrota o de falta de alternativas reales, lo cual resulta poco atractivo y desmotivador. Por el contrario, describir lo que deseamos -lo posible, lo que ya se está construyendo o el horizonte de transformación positiva que esas propuestas implican para nuestras vidas- aporta energía positiva y genera interés y voluntad de lucha.

39 Las de ASO, por ejemplo, sugieren hacerlo: <https://asocommunications.com/>

Ejemplo

Apelar valores compartidos: Todas las personas merecemos trabajar en condiciones dignas, justas y con igualdad de oportunidades, independientemente de quienes seamos⁴⁰ o el trabajo que realicemos.

Explicar el problema: Sin embargo, algunas enfrentan condiciones de explotación y discriminación inaceptables. Es el caso de las jornaleras que han migrado y se levantan a las 4 de la madrugada para recoger la fruta que llega a nuestras mesas. El sistema de contratación que las obliga a regresar a su país al final de temporada, no solo las mantiene en situaciones precarias, sino que les niega derechos que cualquier persona debería tener garantizados.

Imaginemos que tratamos a las personas jubiladas como tratamos a las jornaleras que migran. Después de una vida trabajando y cotizando, al llegar a la jubilación les decimos: “Gracias por su esfuerzo, pero como ya no sois productivas, os enviaremos a un lugar donde no podréis disfrutar de los derechos que tanto os costó ganar”. Esta idea nos parece inaceptable, pero es lo que viven las jornaleras. La migración circular las obliga a regresar tras cada temporada de trabajo, negándoles la posibilidad de disfrutar de derechos laborales plenos o acceder a la seguridad social. Tratar a estas mujeres como “fuerza de trabajo temporal” es negarles la dignidad y sus derechos, igual que sería impensable retirar esos derechos a las personas jubiladas.

[Explicación sistémica] Como sociedad, debemos reflexionar sobre este sistema que desecha y reactiva a las personas según convenga, utilizando las fronteras para separar territorios y segregar derechos. Esta jerarquía permite la explotación de trabajadoras racializadas mientras protege a las empresas, que se mueven libremente de un país a otro en busca de mano de obra más barata.

Plantear soluciones: Es imprescindible asegurar que todas las personas, independientemente de quienes seamos, nuestros orígenes o racialización trabajemos en condiciones seguras y con derechos, para poder desarrollar proyectos de vida que nos permitan poder pasar tiempo de calidad con nuestros seres queridos, ser debidamente atendidas en caso de que enfermemos o poder ahorrar dinero para hacer frente a los gastos que la vida nos presenta. Necesitamos exigir a nuestros gobiernos que prioricen la vida humana y la protección del planeta frente a los beneficios empresariales.

40 Aquí, el marco RCN recomienda mencionar la raza y la clase (esta recomendación se basa en estudios realizados en el contexto de Estados Unidos): <https://www.wemakethefutureaction.us/resources-documents/race-class-narrative-checklist>

“Barça o Barzakh”, un ejemplo de narrativa que incorpora el análisis sistémico.

La última campaña de Top Manta, “Barça o Barzakh”⁴¹, es un claro ejemplo de una narrativa que explica cómo las jóvenes de Senegal se ven obligadas a migrar como consecuencia del neocolonialismo y del saqueo de los recursos naturales por parte de empresas transnacionales, que operan gracias a acuerdos comerciales desiguales.

La narrativa comienza poniendo el foco en el cayuco, que en su origen era la herramienta utilizada por los pescadores senegaleses para ganarse la vida. Sin embargo, al verles negada esta vía de subsistencia debido al expolio de sus recursos, los pescadores recurren a ese mismo medio para migrar, siguiendo el camino de los peces.

Hasta aquí hemos visto los fundamentos del enmarcado. Por supuesto, estas recomendaciones deben aplicarse con sentido común. Lo importante no es seguir este esquema al pie de la letra como si fuésemos robots, sino entender la estrategia que subyace, que es: conectar gradualmente, expresar conceptos abstractos de una manera más tangible, y movilizar.

Antes de pasar a otras recomendaciones sobre construcción de mensaje, recapitulamos con algunos conceptos clave:

Patrones de pensamiento: son estructuras estables en las que nos basamos para comprender el mundo y dar sentido sobre nuestro lugar en él.

Marco: es la manera en que se presenta la información, resaltando y descartando conceptos o elementos de forma deliberada y utilizando ciertas palabras para generar significados sobre la realidad.

Enmarcado: es el proceso de definición de un problema que nos permite reforzar o activar determinadas mentalidades e ir introduciendo cambios, promoviendo valores comunes.

Valores: son ideales que sostenemos con cierta estabilidad y que orientan y motivan las actitudes y los comportamientos.

Metáforas: Son atajos explicativos que permiten entender y experimentar una situación utilizando lógicas de otros contextos.

Narrativas: Conjunto de historias que promueven una serie de valores comunes. En su repetición a lo largo del tiempo y a través de diferentes actores, canales y formatos, acaban generando creencias, patrones de pensamiento y comportamientos.

⁴¹ <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=2YP7nywanJY>

Escoger un lugar de enunciación cercano

Desde un punto de vista de comunicación transformadora, es fundamental que personas y comunidades afectadas e históricamente silenciadas sean quienes tienen la palabra: por el derecho a narrar su realidad y porque es un acto de **disputa simbólica** que cambia las jerarquías del saber y el poder de definir la realidad. Sobre esto, algunas consideraciones:

- Las personas tenemos una tendencia a **confiar en aquellas voces que sentimos cercanas**⁴². No escuchamos de igual manera lo que nos dice alguien de nuestro grupo de afinidad, que a quien consideramos ajeno. A veces puede considerarse estratégico que ciertas acciones comunicativas recaigan sobre otros perfiles. Por ejemplo, en campañas sobre violencia machista, puede ser efectivo que algunos mensajes los transmitan hombres que están realizando un proceso de deconstrucción –pueden dirigirse a otros hombres “de tu a tu”, además de que permite colocar el foco la responsabilidad del cambio en los colectivos victimarios y no tanto en las “víctimas”–.
- Sobre esto último, algunos autores⁴³ han señalado que esta exigencia de “cercanía” puede convertirse en una forma sutil de **control narrativo** por la cual solo se escucha a quien no incomoda. En este sentido, la cercanía o afinidad no debería convertirse en un filtro que deslegitime otras formas de narrarse.
- **Cuidado con las etiquetas:** Quienes defendemos valores como la justicia social o los derechos humanos a veces comunicamos desde un lugar que no siempre genera cercanía. Cuando nos presentamos desde etiquetas como “activistas”, “feministas”, “defensoras de derechos”, “ecologistas” o “anticapitalistas”, estas etiquetas pueden funcionar en ciertos contextos, pero en otros pueden leerse como un posicionamiento ideológico cerrado, una profesionalización o incluso como una cierta elitización ante ciertos públicos.
- **La escucha también es cercanía:** Por otro lado, cuando queremos generar un cambio social, a menudo comunicamos desde una lógica de ‘difusión’ o de convencer, y olvidamos escuchar. Escuchar es fundamental en comunicación porque permite comprendernos mejor y construir mensajes más complejos. Además, la escucha activa hace que las personas nos sintamos valoradas y respetadas, lo cual facilita la apertura, el diálogo y la conexión.

42 De hecho hay casos de campañas en las que se ha conseguido llegar a nuevos públicos a través de interlocutores que tenían capacidad de llegar a nuevos públicos. Un ejemplo mediático es cuando Rocío Carrasco -hija de Rocío Jurado, que fue una conocida cantante y folclórica española-, explicó en televisión la situación de violencia machista que había vivido con su primer marido, llegando a conectar con personas que probablemente no se habrían parado a escuchar a una persona con un perfil más activista. También hay varios casos de campañas sobre la diversidad de género, donde las mensajeras han sido abuelas y abuelos.

43 Es lo que advierte el escritor palestino Mohammed El-Kurd, en su crítica a la política de la apelación: que a menudo se espera que las personas oprimidas se expresen de forma emocionalmente aceptable para públicos mayoritarios, dejando fuera la rabia, la denuncia directa o las palabras incómodas

Expresarnos desde un registro accesible

Mencionar que “los derechos humanos están siendo vulnerados” o que “perseguimos la justicia o la equidad” no basta para que las personas se pongan de nuestro lado. Lo cierto es que es un **lenguaje abstracto y frío**, que no conecta con muchas personas que no piensan desde ese paradigma. Tampoco ayuda a empatizar si no explicitamos las situaciones concretas a las que remiten esas vulneraciones.

Lo mismo sucede cuando sembramos nuestro discurso de palabras como “heteropatriarcado”, “anticapitalismo”, “burguesía”, “nuestra lucha”... que encarnan conceptos que son adecuados a un nivel de análisis de las problemáticas que abordamos, pero que ciertas personas pueden interpretar como un lenguaje sesgado.

Esto no implica renunciar a éstas categorías de análisis ni suavizar o neutralizar la gravedad de las violencias. Que la gente no utilice cierto vocabulario no significa que no tenga capacidad para entender las problemáticas a las que remiten y los mecanismos a través de los cuales se producen. Pero sí es fundamental que utilicemos un **registro explicativo progresivo, anclado en situaciones cotidianas o historias** que pueda entender cualquier persona que no está iniciada en ciertos análisis, para a partir de ahí poder escalar a análisis más estructurales, en función de con quienes hablamos.

Lenguaje complejo: El capitalismo especulativo despoja a las clases populares de su derecho a la ciudad.

Adaptación a lenguaje más sencillo: Cada vez más familias trabajadoras nos vemos obligadas a abandonar nuestros barrios porque los alquileres se disparan y las casas se convierten en negocios en lugar de hogares. Esto es causa de un sistema [capitalista] basado en la especulación y de la desprotección por parte de las instituciones del derecho a la vivienda. Todas las personas merecemos un lugar seguro y asequible donde construir nuestras vidas.

Lenguaje complejo: El heteropatriarcado reproduce dinámicas de opresión y violencia sistémica contra las mujeres o personas no-binarias.

Adaptación a lenguaje más sencillo: Todas las personas merecemos poder construir nuestras vidas libremente, sin que nuestro género o identidad condicionen nuestras oportunidades. Sin embargo, quienes no nos reconocemos en un sistema que asigna géneros y roles de manera rígida, seguimos enfrentando presiones para adaptar nuestras aspiraciones a expectativas ajenas, así como obstáculos para decidir sobre nuestros propios cuerpos y nuestro tiempo. Esta realidad no es individual ni excepcional: es el resultado de un sistema [el heteropatriarcado], que violenta y margina todo aquello que no se ajusta a su norma.

Explicar por qué nuestra propuesta generará un cambio social positivo

A menudo, cuando queremos transformar una situación injusta, centramos nuestros mensajes en describir exhaustivamente todo lo que está mal y los derechos que se vulneran. Pero repetir problemas sin aportar soluciones ni esperanza, suele tener dos efectos negativos: Por un lado, **desmoviliza** emocionalmente: la gente no quiere más problemas en sus vidas, quiere soluciones. Por otro lado, una retórica basada en repetir problemas da la sensación de que los problemas son inevitables. Para construir cambio, tenemos que **salir del fatalismo**, y mostrar que el sistema actual es resultado de decisiones humanas y que puede ser transformado.

Es importante que mostremos de qué manera lo que promovemos ofrece un escenario positivo y los derechos que reivindicamos son herramientas que utilizamos para crear una vida deseable para las personas.

Podemos empezar **identificando lo que ganamos en común** con nuestras propuestas, como: “vivir en espacios donde todas las personas nos sintamos seguras”, “protección cuando estamos en situación de vulnerabilidad”, “derechos que en cualquier momento podríamos necesitar”, “sociedades que nos permitan desarrollar nuestras identidades y proyectos de vida libremente”.

También podemos dar respuesta en nuestras narrativas a ciertas preguntas:

- ¿Nuestras propuestas se han llevado a cabo en algún lado con un resultado óptimo? ¿Existen experiencias o ideas que nos sirvan de ejemplo?
- ¿De qué manera la implementación de lo que proponemos han beneficiado o beneficiarían en ciertos entornos o al conjunto de la sociedad?
- ¿Podemos describir cómo serían las cosas en un mundo donde nuestra propuesta es ya una realidad?

Por último, en el mundo distópico en el que vivimos es más necesario que nunca **visibilizar las victorias y experiencias positivas**, aunque sean cotidianas y pequeñas, para mostrar los avances que realizamos e inspirar a la movilización. Asimismo, debemos trabajar por generar **relatos que alienten para seguir trabajando** por un mundo mejor. Por ejemplo, en las protestas contra el genocidio en Gaza, uno de los mensajes que escuchamos es que, “así como Suráfrica venció al apartheid, Palestina será descolonizada”, o que “estamos del lado correcto de la Historia”.

Apelar a experiencias compartidas

Debido a que luchamos por comunidades o personas específicas que sufren de manera diferenciada y desproporcionada violencias, solemos comenzar nuestros mensajes poniendo el foco en estas preocupaciones y esto puede hacer que no conectemos con ciertas audiencias, concretamente con aquellas personas que no se sienten directamente afectadas por las injusticias que sufren grupos que sienten como ajenos.

Para estas personas que no se reconocen como parte del problema o no los sienten como una amenaza directa, algunas guías⁴⁴ recomiendan usar **expresiones centradas en experiencias humanas compartidas**, dado que éstas permiten a las personas reconocerse en las historias de los demás, conectar y comprender mejor otras realidades.

Ejemplos de expresiones orientadas a apelar a experiencias compartidas, serían:

“Cualquier persona necesitamos un hogar seguro donde dormir tranquilas, disponer de tiempo de calidad para estar con nuestras personas queridas”

“Las personas que hacemos esfuerzos para llegar a fin de mes”

“Las familias que buscamos un lugar seguro donde vivir”

“Todas las personas vamos a necesitar cuidados médicos cuando enfermemos”.

“Ningún padre, madre o persona cuidadora quisiera verse en la situación de levantarse por las mañanas y no tener qué darle de comer a sus criaturas”.

En el contexto de Estados Unidos, la Race and Class Narrative⁴⁵ (RCN) recomienda, cuando se interpela a experiencias compartidas, **interpelar también simultáneamente las cuestiones de raza y de clase**, reconociendo cómo ambas se entrelazan en las experiencias de las personas. Otra iniciativa también de Estados Unidos, el Othering & Belonging Institute⁴⁶, también defiende que compartir experiencias es una herramienta para **construir pertenencia**, pero pone el énfasis en crear marcos de pertenencia emocional amplios, donde todas las personas puedan imaginarse como parte de un “nosotras” colectivo.

44 *How to message on the rights of people from marginalised groups*, elaborada por Israel Butler para Liberties: https://dq4n3btxm8c9.cloudfront.net/files/9vvtuu/How_to_message_on_the_right_of_people_from_marginalised_groups_FIN.pdf

45 <https://www.wemakethefuture.us/projects/deliverblackdreams>

46 <https://belonging.berkeley.edu/>

Inscribir nuestro lenguaje en lógicas de cambio

Cuando buscamos generar cambios sociales, el lenguaje es una herramienta clave. Las palabras que elegimos no solo comunican, sino que también construyen marcos de sentido. Dependiendo de cómo hablemos, podemos **activar lógicas de cambio** o, por el contrario, mantenernos dentro de lógicas que no son emancipatorias. Asimismo, el lenguaje que usamos define a quién interpelamos: podemos llegar a nuevos públicos o quedarnos en el autoconsumo. En este sentido, en los últimos años se han publicado varias guías y artículos sobre construcción de mensajes y uso del lenguaje:

- [Messaging This Moment: A Handbook for Progressive Communicators](#), de Anat Shenker-Orsorio y las guías [How to message on the rights of people from marginalised groups](#) y [How to message on human rights](#), elaboradas por Israel Butler para *Liberties* ofrecen ejemplos sobre uso del lenguaje, aplicado a contextos concretos.
- En el abordaje del racismo, la guía [Race Class Narrative](#) recoge estrategias para potenciar las alianzas entre raza y clase. Por otro lado, [ASO Communications](#) (ASO), junto a [We Make The Future](#) (WMTF) han publicado: [Guide To Messaging Our Freedoms](#), donde han elaborado una tabla de recomendaciones sobre el uso del lenguaje. Por otro lado, el [Othering and Belonging Institute](#) también han trabajado el uso de narrativas expansivas.
- El artículo [De la interconexión al “nosotros más amplio”: expandiendo los círculos de la identidad, el cuidado y la solidaridad](#)⁴⁷ de Mónica Roa reflexiona sobre el relato de la interconexión para construir un “nosotros más amplio” y movilizador, frente a los autoritarismos.
- Finalmente, varias piezas para la reflexión: el Colectivo Cantoneras, reflexiona en un artículo⁴⁸ sobre las consecuencias de utilizar un lenguaje que esencialice. Y el vídeo ‘La favorita y la cuestión LGTB’⁴⁹, una pieza muy corta sobre superación de marcos de otredad. Y un artículo para la reflexión: *Derecho a Narrar*, de Mohamed el-Kurd⁵⁰ sobre el derecho a narrar, y los peligros del lenguaje humanizador.

47 <https://www.linkedin.com/pulse/de-la-interconexi%25C3%25B3n-al-nosotros-m%25C3%25A1s-amplio-lo-el-y-parte-roa-l%25C3%25B3pez-a8wkf/>

48 <https://zonaestrategia.net/los-hombres-son-violadores-en-potencia-esencializacion-y-mandatos-de-genero/>

49 https://www.youtube.com/watch?v=_zG4i3kCri

50 <https://www.thenation.com/article/world/palestinians-claim-the-right-to-narrate/>

Las emociones como motores de transformación

La filósofa Alicia Valdés ha publicado recientemente “Política del malestar”⁵¹, un ensayo que ofrece un análisis desde el psicoanálisis, para entender por qué las personas elegimos a menudo opciones políticas que van contra nuestros intereses materiales. Es una lectura muy interesante para entender el papel de las emociones, del deseo y del subconsciente en nuestras decisiones políticas. En este ensayo, la autora propone, entre otras cosas, “viralizar la risa” como vía de confrontar la viralidad del odio.

La alegría, el humor, la ironía han sido siempre herramientas poderosas de comunicación y el empoderamiento debido a su capacidad para **generar conexión emocional, desarmar tensiones y fomentar la resistencia en contextos adversos**. Estas son especialmente útiles en la comunicación política y social, donde ayudan a cuestionar normas, suavizar críticas y que nos empoderemos a través de una energía más positiva y de resiliencia. La ironía y el humor además, tienen la capacidad de abordar temas sensibles o delicados sin crear una barrera defensiva en un público que de otra manera evitarían, facilitando el diálogo. Además, el humor reduce las tensiones, lo cual abre un espacio más receptivo y, en contextos reivindicativos ayuda a las personas a afrontar situaciones adversas, creando un **sentido de comunidad y resistencia colectiva**. La comedia política, también ha sido utilizada históricamente para cuestionar y criticar el poder, al permitirnos reírnos del poder, contrarrestando así el sentimiento de opresión. En este sentido, es importante siempre que el humor no se exprese desde un registro de ‘burla’, sino que sea crítico y transformador.

A veces, vivimos contextos que no se prestan a la risa, la alegría o el humor. Es igualmente legítimo hablar desde la rabia, mostrar ira, ironía o agravio e incorporar estas emociones a nuestras narrativas. Lo importante es siempre hablar desde **un registro que empoderar** y que no active patrones fatalistas, que desmovilizan.

Por otro lado, las narrativas anti-derechos activan el **miedo** para construir amenazas identitarias, culturales o económicas. Frente a esto, activar otras emociones que refuerzan la conexión⁵², como la solidaridad, la esperanza o el cuidado mutuo, abre caminos hacia formas de transformación que narren los conflictos desde otras lógicas.

Situar el mensaje en prácticas reales

En comunicación, mostrar es mejor que explicar, dado que nuestro cerebro procesa siempre mejor lo que visualiza que la información abstracta. Esto se multiplica si el conocimiento llega a través de una vivencia concreta. Al inicio de este documento mencionamos fenómenos como el de las tradwives y los gurus del esfuerzo personal. Ambos representan formas de normalizar valores conservadores en lo social o liberales en lo económico: a veces no tanto a través de discursos explícitos, sino mostrando estilos de vida, o hablando de

51 Alicia Valdés. 2024 Política del malestar. Por qué no deseamos alternativas al presente. Ed. Debate.

52 Esta línea ha sido muy trabajada por Puentes (bridges): <https://podernarrativo.org/>

emprendimiento y autosuperación (en el caso de los gurus). El efecto de cercanía y autenticidad que generan estos relatos contribuye a reforzar ciertas formas de entender el mundo dentro de un clima cultural.

Una de las consecuencias de la ofensiva reaccionaria es que **la reacción constante apenas nos deja espacio para construir alternativas** y generar narrativas sobre otras realidades deseables y dignas de ser habitadas. Esta falta de tiempo y espacio dificulta que podamos mostrar, de manera vivencial y palpable, otros modelos de vida posibles.

A esta dificultad se suma otro reto, que es: cómo lograr que críticas necesarias al sistema conecten con la vida cotidiana de las personas con las que podemos construir alianzas. Por ejemplo, cuando cuestionamos estructuras tradicionales como la familia o el capitalismo, podemos provocar una sensación de **desidentificación** en sectores que, aunque experimenten malestares en estas instituciones, aún encuentran en ellas una fuente de estabilidad. Reconocer esta complejidad no debería significar renunciar a la crítica de las estructuras que sostienen las desigualdades, pero sí que nos plantea el reto de pensar estrategias que nos permitan acercar nuestras propuestas y construir marcos de sentido compartidos con colectivos con los que queremos sumar sin renunciar a la crítica radical. Existen numerosas experiencias colectivas que muestran que “otro mundo es posible”: desde grupos de crianzas compartidas a redes de solidaridad vecinales, iniciativas de soberanía alimentaria o de energía comunitaria. **Visibilizar** estas prácticas que nos hacen avanzar, nos ayuda a mostrar que existen formas de vivir desde otros lugares.

Por último, **la sensibilización por sí sola, no cambia realidades**, se necesita la organización colectiva, especialmente en contextos como el actual, donde la saturación informativa genera parálisis y desconexión. En este sentido, las personas nos movilizamos cuando sentimos que tenemos un propósito⁵³, y que ocupamos un lugar dentro de una comunidad que impulsa el cambio. Además, la **acción compartida** y local, cuando se hace visible, tiene el poder de generar prueba social⁵⁴, es decir, cuando las personas vemos a otras moverse, participar e implicarse en contextos próximos y con actos tangibles, comenzamos a imaginarnos a nosotras mismas formando parte de ese cambio.

“Familias Ahora”⁵⁵ es una plataforma creada por Puentes – Bridges en colaboración con varias organizaciones en América Latina, que promueve un reenmarcado del concepto de familia, desde un paradigma de la diversidad, los derechos humanos, el cuidado, el respeto y la justicia social, climática y de género. Es un buen ejemplo de cómo se puede reenmarcar un concepto que tradicionalmente ha sido bastión de grupos anti-derechos y el conservadurismo, desde otro paradigma y ofreciendo otros modelos vivenciales sobre cómo abrir el concepto de familia y habitarlo desde otros lugares. Además de abordar la temática de la familia, Puentes trabaja otras arenas que tradicionalmente han sido bastión de grupos anti-derechos, como la espiritualidad o la seguridad.

⁵³ Sobre construcción de comunidad, leer a Jonathan Smucker

⁵⁴ Leer a “Anat Shenker-Osorio's actual plan to save America”. Entrevista por Anand Giridharadas, The Ink, 21 de febrero de 2024. Disponible en: <https://the.ink/p/anat-shenker-osorios-actual-plan>

⁵⁵ <https://familiasahora.org/>

El movimiento indígena frente al intento de golpe de Estado en Guatemala

Cerramos este bloque con un ejemplo aportado por la colectiva Actoras de Cambio de Guatemala, que encarna muchas de las estrategias que hemos estado analizando.

Tras las elecciones presidenciales de Guatemala en 2023, donde Bernardo Arévalo, del partido Movimiento Semilla, ganó en segunda vuelta, surgieron una serie de intentos por parte de las autoridades salientes para impugnar los resultados y bloquear la transición de poder. Esto desató una respuesta masiva de las comunidades indígenas y organizaciones sociales, quienes lanzaron un movimiento popular de resistencia para proteger la democracia y la soberanía popular en el país.

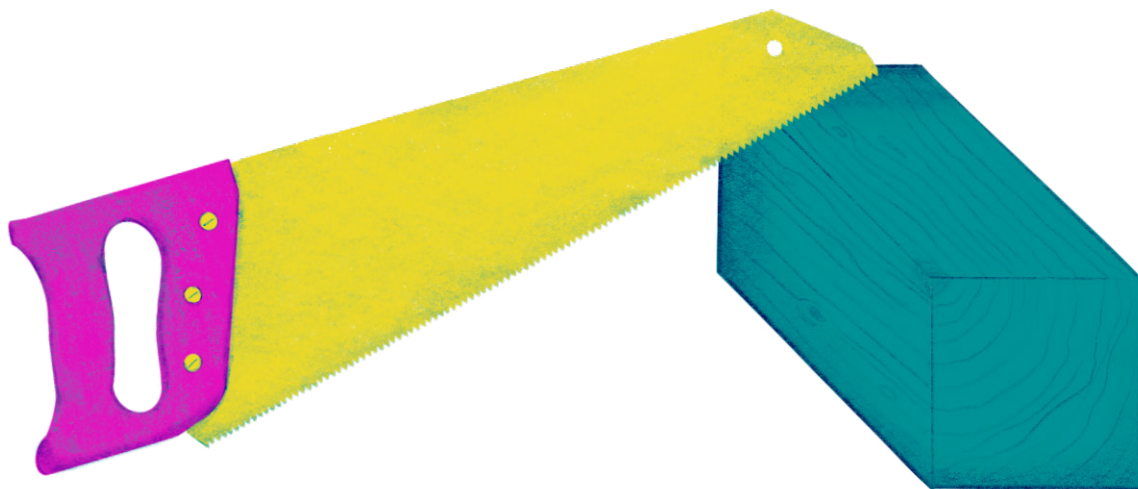
Líderes indígenas de todo el país, incluidos los de los 48 Cantones de Totonicapán y la Municipalidad Indígena de Sololá, se movilizaron bloqueando carreteras, organizando marchas y manteniendo una presencia constante frente a la oficina del Ministerio Público, exigiendo la salida de funcionarios que intentaban anular los resultados. Estas acciones, conocidas en K'iche' como Xik'a'y o "castigo simbólico," incluyeron ceremonias tradicionales para visibilizar la corrupción de ciertos funcionarios y reafirmar el poder comunitario y ancestral.

El movimiento se apoyó en diferentes estrategias comunicativas:

La defensa de la democracia y el respeto como valores unificadores: Líderes indígenas utilizaron símbolos culturales, como los bastones de mando, y celebraron ceremonias en lugares clave, subrayando su legitimidad y el arraigo de sus acciones en la tradición ancestral. Estas ceremonias enfatizaron la importancia de la justicia, el respeto a la comunidad y la conexión con la tierra.

El humor como herramienta de cohesión: En la Ciudad de Guatemala, estudiantes, activistas y grupos vecinales transformaron algunos bloqueos en fiestas callejeras, incorporando música y bailes. Estas actividades lúdicas no sólo aliviaron tensiones, sino que también fortalecieron la cohesión entre manifestantes y atrajeron la atención pública hacia sus demandas. Las redes sociales fueron fundamentales para difundir estas actividades de resistencia y las ceremonias.

Resistencia, dignidad y creatividad: A pesar de la amenaza de represión, el movimiento mantuvo un carácter mayormente pacífico, permitiendo que se construyera una narrativa de resistencia basada en la dignidad y la no violencia, lo que atrajo apoyo tanto dentro como fuera de Guatemala. Entre las imágenes que captaron la esencia de este movimiento, destaca la de un niño caminando dentro de un cono de tránsito, que se convirtió en un símbolo poderoso de resistencia y creatividad.



CONFRONTAR EXPRESIONES DE ODIO

Una cuestión que genera muchos quebraderos de cabeza en los movimientos sociales es cómo confrontar las expresiones de odio⁵⁶. Estas pueden manifestarse en la visita de un líder de un partido de corte fascista a nuestro barrio, en la publicación de un mensaje por parte de un influencer en redes sociales, o en un artículo falso en un medio conocido por promover el racismo y la transfobia.

El dilema es el siguiente: si no respondemos, permitimos que el mensaje se propague, lo cual tiene un efecto normalizador. Pero, si lo hacemos, podemos **contribuir a su visibilización**. Este fenómeno se amplifica en las redes sociales, ya que los algoritmos están diseñados para priorizar las publicaciones y cuentas que generan más interacciones. De hecho, cuentas fascistas y de grupos anti-derechos utilizan la tergiversación y el discurso de odio como estrategia para que la gente interactúe con ellos y así viralizar su mensaje, llegando de esta manera a nuevos públicos.

Este documento no pretende ni puede decir a nadie frente a un fenómeno como las expresiones que incitan al odio. Además, las estrategias dependen de muchos elementos: la coyuntura, la violencia del discurso -muchos son constitutivos de delito⁵⁷-, el contexto local, político o social, o la fuerza social. Pero sí se ofrecen algunos recursos, reflexiones sobre diferentes escenarios, algunas experiencias, que nos pueden ayudar a tomar decisiones.

⁵⁶ Este documento aborda cómo hacer frente a las expresiones de odio desde una perspectiva discursiva. Otra vertiente que es muy necesaria, sería la parte de autodefensa (cómo responder ante ataques personales o simplemente salir del clima de intoxicación en redes), ha sido trabajada por La Intersección: <https://lainterseccion.net/autodefensa/>

⁵⁷ Ver la Guía para combatir el discurso de odio, de la Fundación Secretariado Gitano https://www.gitanos.org/centro_documentacion/publicaciones/guia_para_combatir_el_discurso_de_odio/

Responder bulos o noticias falsas

Los bulos, los mensajes de odio y el lawfare son tácticas frecuentes de la ultraderecha que responden a una estrategia bien definida: por un lado, buscan debilitar a las personas o grupos que son señalados por esas acciones; por otro, pretenden **colocar su narrativa y agenda en el centro del debate público**. Y lo logran, en parte, porque estos contenidos están diseñados para viralizarse: generan indignación, apelan al miedo y activan reacciones emocionales que incentivan su difusión.

En un mundo ideal, las instituciones y los medios de comunicación contrastarían estos mensajes, pondrían límites a su difusión y exigirían rendición de cuentas a quienes los promueven. Pero en la práctica, muchas de estas voces han encontrado en los medios y en las propias instituciones altavoces sin contraste ni réplica.

Dicho esto, responder o no a un bulo o a un mensaje de odio, es una **decisión estratégica** que se debe analizar en cada caso, teniendo en cuenta que el tiempo que pasemos entretenidas en confrontarlos es un tiempo que no estamos invirtiendo en nuestra propia agenda. Preguntas que nos podemos formular para tomar la decisión correcta⁵⁸:

- ¿La cuenta que está difundiendo el bulo tiene muchas cuentas que le siguen? ¿La publicación tiene posibilidades de viralizarse? Si la respuesta es negativa, quizás podemos invertir mejor nuestro tiempo en iniciativas que refuercen mensajes positivos y contribuyan a dar visibilidad a voces que promueven la solidaridad y los derechos.
- ¿Es un profesional del odio (influencer, político, medio) quien emite el mensaje? Si es así, es probable que se trate de un anzuelo diseñado para viralizarse y marcar agenda. En ese caso, si decidimos responder, debemos hacerlo sin reforzar sus marcos. sin reproducir literalmente su mensaje, y sin amplificarlo compartiendo capturas de pantalla o enlaces.
- ¿El mensaje tiene potencial de convertirse en relato dominante? Si detectamos que un bulo está empezando a ganar fuerza y puede permear en capas más amplias de la sociedad (por ejemplo, campañas que criminalizan a personas migrantes o desinformación sobre derechos sexuales), entonces sí puede ser necesario ofrecer una respuesta.

Responder eficazmente requiere tener trabajados **argumentarios y un contradiscursio**. Pero es importante recordar que los bulos y los mensajes de odio no se desmontan solo con datos: las personas tienden a rechazar la información que no encaja con sus creencias o identidad previa, y a defender fuentes que refuercen su visión, incluso frente a evidencias claras.

Algunas herramientas que pueden ayudar a diseñar respuestas:

58 Sobre esto, ver *La estrategia del no casito*: <https://lainterseccion.net/autodefensa/como-impedir-que-el-odio-avance-en-redes-la-estrategia-del-no-casito/>

El bocadillo de la verdad

Como venimos viendo, si no queremos que la gente piense en un elefante, no debemos mencionar al elefante. ¿Qué hacemos entonces cuando tenemos que hacer desmentidos que provienen de campañas orquestadas? Lakoff propone utilizar el “sándwich de la

verdad”⁵⁹, una manera de presentar la información en tres pasos para desmentir fakes y falsedades. Se utiliza cuando no hay más remedio que incluir la falsedad en el desmentido: Comenzar por la verdad: Presenta el hecho verdadero desde tu marco, apelando a valores comunes:

1. Comenzar por la verdad: Presenta el hecho verdadero desde tu marco, apelando a valores comunes.
2. Desmentir la falsedad: Hazlo sin repetir el marco que intentas rebatir.
3. Reiterar la verdad: Refuerza la información verdadera y explica las consecuencias de la falsedad frente a la realidad.

Valores mejor que datos

A menudo, cuando queremos desmontar un bulo, tendemos a llenar nuestros argumentos de cifras evidencias. Pero esto no siempre funciona: las personas no solemos cambiar de opinión solo porque nos den dato, especialmente si contradicen nuestras creencias previas o identidades con las que nos sentimos vinculadas. En lugar de saturar con información, a menudo es más efectivo seleccionar uno o dos datos clave y centrarnos en ellos. Por otro lado, algunos especialistas en comunicación de crisis recomiendan no limitarse a corregir información falsa, sino transmitir valores como la ética, el cuidado o la responsabilidad.

Cuestionar la fuente y sus estrategias

Las siguientes estrategias pueden ser útiles con aquellas personas que no tienen una postura muy cerrada:

- Si el mensaje proviene de una fuente conocida por difundir falsedades, se puede señalar su historial. Aquí conviene recordar que, si atacamos directamente a una fuente que es creíble para ciertas personas, puede reforzar su percepción de “víctima del sistema” y atrincherarse. Por eso, podemos **invitar a contrastar y verificar, sembrando dudas** y evitando que la persona a la que nos dirigimos sienta que la juzgamos.
- Explicar los **intereses** económicos que hay tras el discurso que sostienen, y de qué ma-

nera responde a una estrategia de ciertos grupos de distraer de problemas estructurales, como las desigualdades reales.

- Señalar sus **estrategias** divisorias: Los discursos anti-derechos suelen culpar a minorías o grupos vulnerabilizados de problemas sociales. Utilizan el miedo para dividir a las comunidades y posicionarse como la única solución. Al desenmascarar estas tácticas, mostramos cómo nos desvían de construir soluciones colectivas.
- Con algunas personas, puede ser útil señalar la falta de consistencia interna de un bulo, especialmente si contiene elementos contradictorios o absurdos. El **humor**, bien empleado, puede ayudar a desactivar estas narrativas de forma accesible y cercana. Pero debe utilizarse de manera que no ridiculice a quien lo cree, sino mostrando lo ilógico del discurso sin provocar cierre o humillación.

Respondemos al bulo: “la educación sexual pervierte a los niños”

[Apertura] [Apelamos a valores comunes] Como familias, como educadoras y como sociedad, queremos que nuestras criaturas crezcan con herramientas para desenvolverse en el mundo, cuidarse, respetar a las demás personas y tomar decisiones conscientes. La educación, en todas sus formas, es una herramienta de cuidado. La educación sexual -afectiva, respetuosa y adaptada a cada edad- ayuda a que niñas, niños y adolescentes se conozcan, entiendan sus límites y los de otras personas, desarrollen una mirada crítica y vivan sus relaciones con respeto y autonomía.

[Desmentido] Algunas voces tienen un interés en difundir mensajes que intentan generar miedo, sobre la educación sexual en las escuelas. Pero lo cierto es que los materiales con los que trabajan las y los docentes son públicos, adaptados a cada etapa, y están basados en recomendaciones de organismos de reconocido prestigio a nivel internacional. Se trata de ofrecer herramientas útiles, con evidencia, para que el aprendizaje en torno a la sexualidad y las relaciones se dé de forma segura, respetuosa y libre.

[Cerramos con una metáfora y reafirmando nuestro marco] Nadie pondría a conducir a alguien sin haber aprendido a hacerlo. Entonces, ¿por qué no enseñar también a “conducir” con cuidado, consciencia y respeto en algo tan importante como las relaciones afectivas y sexuales? La educación sexual protege, empodera y cuida. Defender la educación sexual es defender el derecho de nuestras criaturas a crecer libres, respetadas y protegidas.

Otras estrategias contradiscursivas

Desde otra perspectiva diferente, de las **contranarrativas**⁶⁰, la propuesta es la intervención directa ante discursos de odio con varios objetivos: mostrar su carácter sistémico (expresiones de sistemas como el racismo, el patriarcado o la xenofobia), desmontar sus falsedades, cambiar la narrativa emocional y simbólica, o empoderar / apoyar a quienes son objetivo de estos discursos.

Dangerous Speech Project⁶¹ realizó una investigación sobre estrategias llevadas a cabo por colectivos de contradiscurso, especialmente en entornos digitales. A partir de este análisis, identificaron diversas líneas de acción que podrían aplicarse en función del objetivo de la intervención. Reproducimos algunas de estas:

1. Para llegar a aquellas **personas que observan el discurso de odio, pero que aún no tienen una opinión fija**: responder a mensajes de odio con información, sin alimentar la confrontación directa, no para convencer a quien lo escribió, sino para que quien observa la conversación vea que hay otras maneras de pensar.
2. Para **mostrar que el rechazo a los discursos de odio es amplio** y animar a otras personas a intervenir: mostrar apoyo público y visibilizar las “voces aliadas” para reforzar mensajes de aquellas cuentas que responden. También proponen ofrecer **apoyo visible a quienes han sido atacadas**.
3. **Amplificar ciertos mensajes** ofensivos para que más gente los vea y generen incomodidad y rechazo. Se trata de exponer el odio en campañas, medios o redes para denunciar su violencia. Es lo que hizo la campaña “Espejos del racismo”⁶² en Brasil. El riesgo aquí es que puede acabar naturalizando los marcos adversarios, si no se complementa con un tratamiento que ofrezca soluciones

Otras perspectivas proponen, en lugar de centrar la atención en el discurso de odio, **hacer más visibles las historias que encarnan los valores y prácticas que queremos fortalecer: dignidad, solidaridad, interdependencia, comunitarismo, justicia social...** así como dar protagonismo a quienes construyen comunidad. Es el caso del trabajo que realiza Puentes (Bridges)⁶³, que parte de **la interconexión** como base narrativa y política para contrarrestar el odio. Puentes apuesta por visibilizar las redes de cuidado, las alianzas y los relatos que muestran cómo los vínculos son fuente de resistencia y transformación, para abrir espacio a imaginarios donde caben la diferencia, la ternura y la acción compartida.

60 Future Free Speech tiene un toolkit: <https://futurefreespeech.org/a-toolkit-on-using-counterspeech-to-tackle-online-hate-speech/>

61 <https://www.dangerousspeech.org/libraries/why-they-do-it>

62 <https://www.dangerousspeech.org/counter-speech-case-studies/mirrors-of-racism>

63 <https://podernarrativo.org/>

Abordar la polarización

La polarización comunicativa ocurre cuando los mensajes que circulan en el espacio público –medios, redes, campañas, debates– refuerzan la división entre bandos opuestos, no para fomentar el debate o la comprensión, sino para **consolidar identidades enfrentadas**, bloquear el diálogo y alimentar el conflicto. La polarización no es lo mismo que tener desacuerdos: el conflicto es parte de la democracia. El problema aparece cuando el desacuerdo se convierte en trinchera desde la cual desaparecen los grises, ya no se escucha ni se busca comprender, solo se refuerza la propia posición.

Los grupos anti-derechos utilizan la polarización como estrategia para generar división, o para potenciar divisiones ya existentes, enfrentando a colectivos que podrían ser aliados o que comparten condiciones de vida precarias. Muchas veces, la lógica binaria que ellos impulsan acaba también condicionando nuestras propias respuestas.

Para tener una estrategia comunicativa efectiva en un contexto de polarización, de entrada debemos **distinguir** quiénes son los verdaderos enemigos. No es lo mismo confrontar a un político en televisión o a un influencer profesional del odio, que a una persona de nuestro entorno –el colegio, el trabajo, el barrio o la familia– que reproduce ciertos discursos, pero podría llegar a cuestionarlos y cambiar de posición.

Pongamos por caso que trabajamos en un instituto y un chaval de 15 años suelta un comentario machista u homófobo⁶⁴. O que, en un grupo de Facebook del barrio, una vecina hace un comentario racista. A menudo, en nuestros espacios comunitarios o personales nos encontramos con este tipo de expresiones, y tendemos a responder con señalamientos públicos, condenas morales o etiquetas. Pero esta estrategia no suele contribuir a un cambio real. Por un lado, muchas personas simplemente están reproduciendo discursos que les llegan de forma constante, y que podrían poner en cuestión si se abriera una conversación distinta. Por otro, el señalamiento puede reforzar el cierre y la autojustificación⁶⁵, especialmente si se produce en espacios públicos donde está en juego la identidad o la imagen.

En aquellos casos donde creamos que es posible generar un cambio, podemos probar diversas estrategias:

- Intentar hablar con la persona que ha emitido o compartido el mensaje de **manera individual** –y a ser posible, presencial–, para generar un diálogo sin la exposición grupal, dado que el señalamiento grupal puede bloquear la posibilidad de reflexión.⁶⁶
- **Evitar las etiquetas identitarias**: En lugar de definir si alguien “es o no es” algo

64 La plataforma Broders es proyecto que propone abordar el fenómeno de la manosphere ofreciendo un espacio seguro para que los hombres jóvenes puedan hablar, compartir dudas, y pedir apoyo sobre masculinidades. <https://www.broders.es/>

65 En este sentido, los grupos antiderechos han elaborado propaganda para reafirmarse: <https://www.youtube.com/watch?v=IlKmc3V3kaM&t=12s>

66 Este tema ha sido trabajado por La Intersección desde un punto de vista de autodefensa. Recomendamos seguir su trabajo: <https://lainterseccion.net/autodefensa/>

(fascista, racista, machista), ubicar el comentario en una lógica de transformación.

- **Escucha activa y preguntas abiertas:** En lugar de rebatir, preguntar: “¿Por qué piensas eso?”, “¿Qué te lleva a esa conclusión?”. Esto permite entender qué miedos o frustraciones están detrás de éstas expresiones y ayudarnos a desactivar los argumentos sobre los que se apoyan.
- **Plantear dudas, no hechos:** En lugar de corregir con datos, a veces es más eficaz sembrar dudas sobre lo que creen saber. “¿Estás segura de que eso es así?”, “¿De dónde salió esa información?”.
- **Buscar puntos en común:** Hablar desde aquello que compartimos (el barrio, la seguridad entendida desde un sentido de tener garantizadas necesidades básicas, el cuidado por nuestras vecinas), para abrir brechas en el marco contrario.
- **Desactivar la sensación de amenaza:** Rebajar la sensación de peligro que puede estar sintiendo la persona. Validar las emociones sin validar el contenido discriminatorio, distinguiendo entre el malestar real y las falsas soluciones que lo canalizan contra otras personas.
- **Activar la empatía como recurso narrativo:** Como explica George Lakoff, usar marcos empáticos –como historias cercanas que generan identificación– es más efectivo que los datos fríos para cambiar actitudes.
- **Mostrar el daño concreto** que generan estos discursos: contar de forma sencilla cómo afectan a personas que queremos o con quienes convivimos.
- **Visibilizar alternativas más emancipadoras:** Mostrar que hay formas más justas y cooperativas de afrontar los problemas sociales, y los beneficios que estas opciones aportan también a las personas que hoy están atrapadas en discursos de odio.
- Con algunos casos se pueden aplicar las estrategias mencionadas anteriormente para **desenmascarar los intereses ocultos:** Ayudar a entender que estos discursos no son “naturales”, sino fabricados por actores con una agenda. ¿Quién gana cuando estamos enfrentadas?
- Ofrecer **marcos diferentes:** Proponer imágenes, metáforas y relatos donde los problemas se aborden desde la solidaridad, el cuidado y la cooperación, no desde el enfrentamiento.
- **Evitar expresiones que marquen trincheras** y apostar por un lenguaje más inclusivo y relacional que no niegue la posición política, pero tampoco rigidice el diálogo.
- Tener **paciencia.** Cambiar creencias arraigadas lleva tiempo y no podemos esperar un cambio inmediato.

La mezquita de la calle Japón en Nou Barris

A raíz del proyecto de apertura de una mezquita en Nou Barris (barrio de Barcelona), algunas personas del barrio iniciaron una serie de protestas, a las que se sumaron grupos neonazis como Democracia Nacional, quienes desarrollaban acciones como colgar chorizos, tirar basura o pintura roja en la puerta del local, pintar en las paredes mensajes como “España cristiana, no musulmana”, “moros fuera” o “terroristas” además de concentraciones donde llevaban cruces, sirenas, caceroladas... Esto generó un clima islamóforo en el barrio que provocó que las personas se sintiesen muy inseguras.

Ante la situación, grupos vecinales de Nou Barris se constituyeron en red de apoyo, tejiendo alianzas con asociaciones, casales y hablando con las vecinas del barrio, literalmente puerta a puerta, llegando a recibir apoyo de la parroquia del barrio. Progresivamente, muchas vecinas del barrio que daban apoyo a la protesta, fueron cambiando de posición e incluso expresaron vergüenza por las acciones que se habían realizado, reconociendo que su postura era fruto de una radicalización.

Tras un proceso judicial que reconoció el derecho a la libertad de culto, finalmente se pudo abrir la mezquita, con una inauguración en la que se invitó a todo el barrio.

Un vídeo⁶⁷ de la entidad *9 Barris Acull* describe todo este proceso.

Cuando los anti-derechos visitan tu barrio

El mes de septiembre de 2020 los políticos Ignacio Garriga y Rocío de Meer visitaron el barrio del Raval en Barcelona, una acción que tenía lugar algunos días después de que De Meer llamara “estercolero multicultural” al barrio. La visita generó una protesta, que el partido judicializó, denunciando a las personas que protestaron⁶⁸

Una estrategia común entre los políticos de la ultraderecha es pasearse por un barrio sobre el que previamente han realizado declaraciones insultando a sus vecinas. La respuesta de organizaciones sociales y asociaciones vecinales suele ser: apelar a la unidad a través de un manifiesto con firmas, la condena moral o la confrontación directa. A continuación, los políticos hacen declaraciones en prensa y sus redes victimizándose y erigiéndose como “librepensadores” censurados.

En ciertos momentos, la confrontación directa puede ser una estrategia efectiva para expulsar a grupos anti-derechos de los barrios. Pero el contexto actual plantea algunos ele-

⁶⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=jqsuY96JIQI>

⁶⁸ https://www.eldiario.es/catalunya/diputado-vox-pide-carcel-vecinos-raval-protesta-heridos-temi-perder-vida_1_11525229.html

mentos que lo hacen diferente: por un lado, el fascismo se ha adaptado a los tiempos y ha sido hábil a la hora de camuflar sus mensajes con eufemismos y discursos más edulcorados, hasta que ha conseguido normalizarlos y que incluso partidos que se autodenominan progresistas, repliquen ciertos marcos. Por otro lado, como venimos viendo, este tipo de acciones forman parte de una estrategia para victimizarse y criminalizar a quienes protesten. En este sentido, el marco penal actual en el Estado español, la “ley mordaza” y la tipificación actual de delitos como el enaltecimiento del terrorismo, las injurias y calumnias y los delitos de odio, están siendo usados para represaliar manifestaciones legítimas de protesta y libre expresión. Esto ha generado un *chilling effect* o efecto de desmovilización⁶⁹.

Los colectivos y las personas tenemos derecho a ejercer nuestra autodefensa cuando somos objetivo de discursos de odio o de ataques contra nuestra integridad. La decisión de optar o no por la confrontación directa es una cuestión política y estratégica que escapa de los objetivos de este documento. Sin embargo, existen experiencias valiosas que integran estrategias comunicativas a escenarios de confrontación, y que están orientadas a cambiar el relato dominante. En este sentido.

Anat Shenker-Osorio, a quien se ha mencionado mucho en este documento, por haber trabajado sobre estrategias para hacer frente al fascismo y los discursos anti-derechos⁷⁰, subraya **la importancia de la resistencia performativa** como herramienta fundamental para construir poder popular, así como la necesidad de **hacer visible**, de manera sostenida y colectiva, que somos muchas las personas que nos oponemos a estas narrativas de odio.

Otras experiencias que pueden ser inspiradoras:

69 Esto lo analiza la abogada Laia Serra en la *Guía de defensa contra la criminalización indebida de activistas mediante los delitos de expresión* <https://novact.org/es/publicacio/guia-de-defensa-contra-la-criminalizacion-indebida-de-activistas-mediante-los-delitos-de-expresion>

70 En *How to really resist* recoge un listado de recursos para actuar (dentro del contexto de Estados Unidos, pero algunos pueden servir para otros contextos) <https://docs.google.com/document/d/1IKGdGjRUezuAINQuI-8ZPQtikGSBIFb1Y6SsEWqeQGA/edit?tab=t.0>, también ha publicado el *Freedom Over Fascism Toolkit* <https://www.mrss.com/wp-content/uploads/2024/10/Freedom-Over-Fascism-Toolkit.pdf> y su podcast *Words to win* <https://wordstowinby-pod.com/>.

“Cambia el chip”: el troleo a una recogida de alimentos racista

El año 2014 el partido de ultraderecha Plataforma por Catalunya (PxC) organizó en Igualada (Barcelona) una recogida de alimentos “exclusivamente para gente necesitada de casa”, es decir, sólo para las personas nativas. Lo que pretendía ser una actividad de propaganda racista cambió totalmente de sentido, a raíz de un acción de troleo de la Asociación Atlas y vecinas migradas al pueblo. Éstas donaron una gran cantidad de alimentos a los que les pusieron una pegatina que decía “Canvia el xip” (cambia de mentalidad). La acción, que se puede ver en un vídeo⁷¹ que está colgado en youtube, fue publicada en varios medios⁷², que explicaban cómo, ante el desconcierto, los militantes de la parada de PxC se pusieron a ofrecer jamón a las mujeres musulmanas, quedando de esta manera expuestos.

La cursa antiracista del Sindicato Mantero y Top Manta

La Cursa Antiracista⁷³ es una iniciativa organizada por el Sindicato de Manteros de Barcelona, que consiste en una carrera para denunciar el aumento del racismo, visibilizar la “carrera de fondo” que enfrentan las personas que migran, denunciar el racismo institucional y reivindicar el derecho al trabajo digno y la regularización.

Desde un punto de vista comunicativo, esta acción visibiliza una respuesta colectiva frente al racismo y supone una reapropiación del espacio público. Correr por las calles donde a menudo se expulsa o criminaliza a las personas migradas y racializadas adquiere un fuerte contenido simbólico. Además, el hecho de correr implica al cuerpo y moviliza emociones como la fuerza, la resistencia, o el esfuerzo colectivo. La Cursa se acompaña además de una campaña que contrapone la represión con la solidaridad comunitaria.

Los reflectantes

“Los Reflectantes”⁷⁴, del colectivo Enmedio, no es una respuesta directa a grupos neonazis, sino que surgió en el contexto de la represión contra los movimientos de protesta del 15M en España. Durante las manifestaciones contra los recortes y la crisis económica, las fuerzas policiales reprimieron duramente a las personas que se manifestaban. Los Reflectantes usaron espejos en sus intervenciones, reflejando la violencia policial hacia ellos mismos, exponiendo así la brutalidad sin confrontación directa, y haciendo visible la represión de una forma creativa.

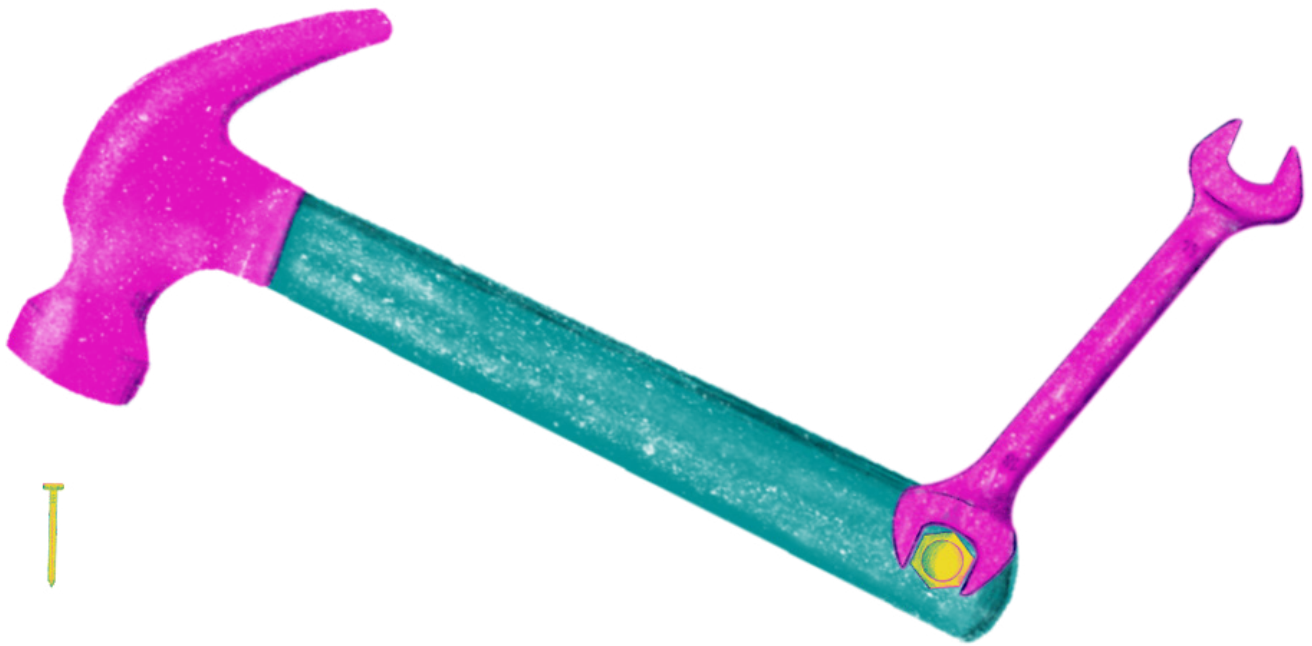
Esta experiencia es interesante entre muchas cosas porque muestra el uso del ridículo, la desobediencia o la burla y el absurdo para erosionar el aura de poder.

⁷¹ https://www.youtube.com/watch?v=RGEnhPN_07w

⁷² <https://www.elperiodico.cat/ca/societat/20140613/la-resposta-contra-iniciativa-racista-de-plataforma-per-catalunya-3301441>

⁷³ <https://cursaantiracista.com/>

⁷⁴ <https://www.enmedio.info/antes-eramos-invisibles-ahora-somos-reflectantes/>



RECURSOS DEL STORYTELLING Y LA COMUNICACIÓN SUBVERSIVA

Las personas interpretamos el mundo siempre a través de una estructura narrativa, incluso cuando creemos que solo estamos observando, nuestra mente construye historias para dar sentido a lo que percibimos. Las historias son esas herramientas nos permiten explicar el mundo y experimentarlo, al proporcionarnos ejemplos sobre cómo se resuelven los conflictos de nuestra existencia, modelos que dan sentido a nuestras vidas y maneras de entender el mundo en que vivimos.

También nos permiten conectar con otras realidades. Cuando nos involucramos emocionalmente con un relato, no solo lo comprendemos de forma racional: se activan nuestras neuronas espejo⁷⁵, lo sentimos en el cuerpo. Esa experiencia encarnada nos permite vincularnos afectivamente, cuidarnos y construir un “nosotras” más amplio.

Por todo ello, las historias están cargadas de poder: pueden reproducir el statu quo o contribuir a transformarlo. Delimitan lo que se percibe como posible o imposible, refuerzan jerarquías o las cuestionan, legitiman estructuras o abren la puerta a otros mundos.

Por eso, es necesario que nos paremos a pensar qué historias estamos narrando. ¿Son histo-

⁷⁵ Sobre esto, se recomienda leer el artículo “De la interconexión al “nosotras” más amplio: los “el” y “la” parte”. donde la autora reflexiona sobre el poder de las historias para activar empatía, conectar con otras realidades y construir sentido de pertenencia. Disponible en: <https://www.linkedin.com/pulse/de-la-interconexi%C3%B3n-al-nosotros-m%C3%A1s-amplio-los-el-y-parte-roa-l%C3%B3pez-a8wkf/>

rias con final feliz? ¿Qué papel tienen nuestras “heroínas colectivas”? ¿Se presentan como ejemplos de inspiración y transformación? ¿Qué escenarios de lo posible nos permiten imaginar?

A continuación, se plantean algunas aportaciones del terreno de las narrativas⁷⁶ que pueden ser usadas en nuestras campañas para elaborar historias que permitan abrir la visión a otros escenarios posibles.

La estructura narrativa en ficción

El mitógrafo Joseph Campbell descubrió que existe un patrón narrativo común a muchos relatos épicos de todo el mundo, y lo describe en “El héroe de las mil caras”. Años después, el guionista y analista de guiones Christopher Vogler decidió analizar en detalle las ideas de Campbell y sistematizarlas⁷⁷. Al analizar muchas películas, se dio cuenta de que todas aplican constantemente arquetipos narrativos ya creados (relatos consolidados), que siguen un mismo esquema:



⁷⁶ Sobre storytelling, comunicación subversiva y media-activismo, el colectivo EnMedio realiza talleres muy recomendables: <https://www.enmedio.info/>

⁷⁷ Ver *El viaje del escritor. Las estructuras míticas para escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas*, de Christopher Vogler

1. **El mundo ordinario:** el héroe o la heroína está en su vida cotidiana.
2. **La llamada a la aventura:** el incidente inicial de la historia.
3. **Rechazo de la llamada:** el héroe experimenta cierta vacilación para responder a la llamada.
4. **Encuentro con el mentor:** el héroe obtiene los suministros, el conocimiento y la confianza necesarios para comenzar la aventura.
5. **Cruce del primer umbral:** el héroe se compromete entusiastamente con la aventura.
6. **Pruebas, aliados y enemigos:** el héroe explora el mundo especial, enfrenta pruebas y hace amigos y enemigos.
7. **Aproximación a la caverna más profunda:** el héroe se acerca al centro de la historia y del mundo especial.
8. **La odisea:** el héroe se enfrenta al mayor desafío hasta el momento y experimenta la muerte y el renacimiento.
9. **Recompensa:** el héroe experimenta las consecuencias de sobrevivir a la muerte.
10. **El camino de regreso:** el héroe regresa al mundo ordinario o continúa hacia un destino final.
11. **Resurrección del héroe:** el héroe experimenta un momento final de muerte y renacimiento, por lo que son puros cuando vuelven a entrar en el mundo ordinario.
12. **Regreso con el elixir:** el héroe regresa con algo para mejorar el mundo ordinario.

Este esquema narrativo, que describe cómo se cuentan gran parte de las historias que vemos en el cine, puede servirnos dentro de los movimientos sociales para construir historias que ofrezcan un horizonte emancipador.

Construir personajes que encarnen las historias que queremos vivir

Por otro lado, si queremos generar cambios en la sociedad, tenemos que mostrar personajes con quienes la gente se identifique, y para ello, tienen que ser reales, es decir, éstos tienen que encarnar contradicciones, anhelos, sueños y miserias. Personajes que sean imperfectos, como somos todas las personas, pero que tengan la posibilidad de trascenderse y mejorar en el viaje que proponemos.

De compras con Hannah Arendt

El vídeo “De compras con Hannah Arendt”⁷⁸, del Observatorio de Derechos Humanos y Empresas en el Mediterráneo es un ejemplo de esta construcción del personaje que trasciende su posición inicial, a través de la interacción con otros personajes. Además este video incorpora otras estrategias que hemos visto a lo largo de este documento:

- La narración sigue un esquema dramático clásico: planteamiento (la amiga de la Hannah es inconsciente sobre lo que implica comprar), desarrollo (a través del encuentro con Hannah y Ángela, se da cuenta), desenlace (acaba siendo consciente, trascendiendo su posición inicial).
- Se conecta con las preocupaciones de la audiencia: el conflicto interno ético, cuando alguien hace la compra.
- Hay un reenmarcado del problema: Frente a las instituciones que nos dicen que individualmente somos responsables, señalamos la dimensión política.
- Trata a la audiencia como seres inteligentes y es amable con esta audiencia: se entiende que quieren hacer las cosas bien –pero tienen sus limitaciones para llevarlo a cabo–, evitando juzgar, pero también ofreciendo verdades –mostrando complicidades de nuestras instituciones o de qué manera un consumo irresponsable afecta a otras personas–.
- Usa un lenguaje coloquial que permite llegar a una multiplicidad de públicos.
- La pieza cierra con un objetivo / llamada a la acción: presionar a los políticos para que asuman sus responsabilidades.

La guerrilla de la comunicación

Anteriormente hemos visto cómo las vecinas de Igualada decidieron intervenir de una manera poco convencional en una acción de Plataforma per Catalunya para cambiar su significado. Esta intervención, que popularmente conocemos como troleo, responde a lógicas de *guerrilla de comunicación*.

La *guerrilla de la comunicación* es un término acuñado por el grupo autónomo *a.f.r.i.k.a* para describir y dotar de cuerpo teórico a un conjunto de prácticas y formas no-convencionales de comunicación e intervención en procesos convencionales de comunicación.

Existe toda una filosofía política detrás que tiene que ver con alterar los códigos visuales, lingüísticos y convenciones, con un objetivo de cambiar lo que llaman la *gramática cultural*. En este espacio no vamos a explicarla, dado que están todo descrito en el *Manual de Gue-*

⁷⁸ https://www.youtube.com/watch?v=MU6dLfgO_jQ

rrilla de la Comunicación⁷⁹. Lo que nos interesa es que la *guerrilla de la comunicación* plantea que podemos intervenir en contextos y relatos que ya están instalados en el imaginario colectivo, para cambiar su significado, y ésto lo podemos aplicar a nuestra estrategia de comunicación.

Por ejemplo, la campaña que realizó la marca *Top Manta* para promocionar sus zapatillas utiliza la imagen y slogan de la marca *Nike*, para cuestionar su narrativa e introducir un mensaje político. Si el lema de Nike es “Just do it”, es decir, “Házlo”, *Top Manta* matiza “No se trata de hacerlo, sino de hacerlo bien”⁸⁰. De esta manera, cuestionan una narrativa que es hegemónica, a la vez que ahorran tener que explicar muchas cosas.



La *Guerrilla de la Comunicación* propone un conjunto de tácticas para intervenir en historias y relatos y provocar así otro orden de sentido, generando reflexión. A quien le interese ver ejemplos de como se pueden aplicar, colectivos de activismo como Yes Men⁸¹, Adbusters, o en el Estado Español, el Colectivo Enmedio, tienen en su web ejemplos.

La repetición subversiva

La repetición de actos y discursos que desafían y reformulan normas sociales establecidas puede generar cambios en aquello que se considera aceptado o inmutable.

Un ejemplo claro de esta estrategia es el arte drag y la representación de géneros fluidos en la cultura popular. A través de la exageración y la parodia de las normas de género, el drag pone en evidencia que la identidad de género no es algo fijo o natural, sino una construcción social que puede ser interpretada, desbordada y resignificada de múltiples maneras.

⁷⁹ <https://viruseditorial.net/libreria/manual-de-guerrilla-de-la-comunicacion/>

⁸⁰ En el Spot se puede ver cómo desarrollan la narrativa:
<https://www.youtube.com/watch?v=kOCVmSkUBso>

⁸¹ <https://theyesmen.org/>

En el ámbito de la comunicación social, esta lógica de repetición transformadora también se utiliza en campañas feministas que, mediante eslóganes, gestos y símbolos logran transformar percepciones culturales. Lemas como “Mi cuerpo, mi decisión” o “Ni una menos” han ayudado a instalar en la conciencia colectiva nuevas formas de entender el consentimiento, la violencia de género y los derechos reproductivos.

Un ejemplo especialmente significativo de esta estrategia es la performance “Un violador en tu camino”, creada por el colectivo chileno *Las Tesis*. A través de su repetición colectiva en distintas ciudades del mundo, esta acción logró visibilizar y cuestionar las estructuras de poder que sostienen la violencia machista, mostrando cómo la reiteración de un mensaje compartido puede erosionar imaginarios profundamente arraigados.

REFERENCIAS

Lecturas sobre narrativas y enmarcado:

- *Mindset Shifts: What Are They? Why Do They Matter? How Do They Happen?* Frameworks Institute. June 2020. <https://www.frameworksinstitute.org/app/uploads/2021/02/FRAJ8064-Mindset-Shifts-200612-WEB.pdf>
- *Guide To Messaging Our Freedoms*, de We Make The Future y ASO Communications https://docs.google.com/document/d/1FAH_uoVMFlzXss7gm2QsVOo7VbSLnqfZUN_8umxHVVYQ/edit?usp=sharing
- *How to message on Human Rights. A communications guide for organizations promoting human rights.* By Israel Butler, Civil Liberties Union for Europe December 2022 https://dq4n3btxmr8c9.cloudfront.net/files/kdleeg/How_to_message_on_human_rights_2.pdf
- *How to message on the rights of people from marginalised groups.* By Israel Butler, Civil Liberties Union for Europe May. 2023 <https://www.liberties.eu/en/stories/messaging-guide-marginalised-groups/44784>
- *How to talk about ethnic profiling: a guide for campaigners.* By Israel Butler, Civil Liberties Union for Europe. June 2021. https://dq4n3btxmr8c9.cloudfront.net/files/uLHnjY/ethnic_profiling.pdf
- *Framing Issues for Social Justice Impact: Directory of Messaging Guides* <https://commonslibrary.org/issues-framing-guides/>
- *Messaging This Moment: A Handbook for Progressive Communicators.* Anat Shenker-Orsorio. Center for Community Change <https://www.communitychange.org/wp-content/uploads/C3-Messaging-This-Moment-Handbook.pdf>
- *Manual de Guerrilla de Comunicación.* Luther Blisset. Se puede encontrar online aquí: http://www.viruseditorial.net/pdf/luther_blisset_manual_guerrilla_comunicacion_baja.pdf
- *Framing equality toolkit.* ILGA-Europe & PIRC <https://www.ilga-europe.org/files/uploads/2022/06/Framing-Equality-Toolkit-1.pdf>
- *Enfrentando narrativas de la extrema derecha: aprender a través de la experimentación* Colmena Global de Narrativas <https://www.fundersinitiativeforcivilsociety.org/wp-content/uploads/2025/03/Common-Cause-ESP-2.pdf>
- *Reframing Race* – Frameworks Institute <https://reframingrace.org/>
- *Dangerous Speech: A Practical Guide* del Dangerous Speech Project <https://www.dangerousspeech.org/libraries/guide>

- Sobre comunicación transformadora, LaFede.cat tiene un *vademecum* con recomendaciones: <https://beca-devreporter.lafede.cat/category/vademecum/>
- *Guía didáctica para el correcto tratamiento mediático de las migraciones*. Por Causa y la Mar de gente: <https://fape.es/wp-content/uploads/2022/01/Gu%C3%ADa-did%C3%A1ctica-migraciones.pdf>
- *Decálogo FAM. Un nuevo relato sobre el hambre*, de Quepo https://projectefam.cc/uploads/ckeditor/Decalogo_FAM_es.pdf

A quién seguir:

- Liberties: <https://www.liberties.eu>
- La Intersección: <https://lainterseccion.net/>
- Frameworks Institute: <https://www.frameworksinstitute.org/>
- El inspiratorio, de Bridges – Puentes: <https://www.inspiratorio.org/>
- Global narrative hive: <https://medium.com/global-hive>
- We make the future: <https://www.wemakethefuture.us/resources>
- Hope-based Comms: <https://www.hope-based.com/>
- ASO Communications: <https://asocommunications.com/>
- Othering and Belonging Institute: <https://belonging.berkeley.edu/>
- Dangerous Speech Project: <https://www.dangerousspeech.org>

