

**ESTRATEGIA ANTIRRUMORES
BAJO ARAGÓN CASPE // BAIX ARAGÓ CASP**

INDICE

INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

ESPACIOS Y GRUPOS INVOLUCRADOS

- 2.1. Observatorio de la Convivencia de Caspe (OCC)
- 2.2. Equipo Comunitario (E.C.)
- 2.3. Grupo de Información Comunitaria
- 2.4. Grupo Motor de la Estrategia

FASES DE IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

FASE I. CREACIÓN

FASE II. APROPIACIÓN

FASE III. IMPLEMENTACIÓN

PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.

DINAMIZACIÓN DE PERSONAS Y GRUPOS DE LA ESTRATEGIA

Equipo Investigador. “Maldito Bulo Caspe”

Grupo de “Vecinos Que Hablan Bien”

Red De Apoyo Social. “Las Personas Simpatizantes”

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

ACTIVIDADES

Grupos de discusión.

Concurso de ideas

Alianza “Compromiso Antirrumores” del Bajo Aragón-Caspe

Comercios que hablan bien o “libres de rumores”

Mural Arte Urbano Antirrumores.

Señalética “Pueblo libre de rumores”

Tértulias sobre rumores

Cartelería

Campañas

FASE IV. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

FASE V. EVALUACIÓN E IMPACTO

RECURSOS

1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

En la sociedad actual, vivimos expuestos a una ingente cantidad de información que nos llega desde diversos medios; ante tal sobrecarga de información, muchos de los mensajes que van calando cotidianamente es información no contrastada o intencionadamente falsa que acaba acomodándose en nuestras conversaciones diarias.

En el estado de alarma y confinamiento en el que vive la población de los pueblos y ciudades como medida para afrontar la pandemia mundial provocada por el coronavirus, también se ha hecho patente como afirmaba en 1917 Hiram Johnson, el senador estadounidense, “la primera víctima cuando llega la guerra es la verdad”; también Winston Churchill dijo unos 30 años más tarde que “en tiempos de guerra la verdad es tan preciosa que debería ser protegida por un guardaespaldas de las mentiras”.

En un contexto de alarma sanitaria, de crisis económica y límite desde muchos puntos de vista también hay y ha habido una manipulación de la información y diversas estrategias de controlar, manipular o utilizar de forma perversa la información tanto sobre el propio virus como sobre sus efectos, así como todo aquello que relacionado con la situación pueda servir para mantener los privilegios, culpabilizar u orientar la información en un sentido u otro según convenga a quien la posea. También en tiempos de pandemia, la primera víctima ha sido la verdad. Y también en este tiempo han sido relevantes las herramientas de identificación de rumores, bulos o desinformaciones -paparruchas, en aragonés- y las personas con las capacidades y destrezas para identificarlas y contribuir con su decisión personal o de forma organizada a contrarrestarlas o a desmontarlas aportando la verdad o identificando el bulo para evitar su propagación, como si de otro virus pandémico más se tratara.

Nunca antes tuvimos más claro que la desinformación es un arma que utiliza el poder fáctico (medios de comunicación, partidos políticos, personalidades públicas o individuos -influencers-...) para su propio beneficio y que genera cadenas virales de desinformación y de manipulación con afección directa al bienestar de las personas. Y nunca antes hubo tanto interés en desmontar o dinamitar las herramientas y soportes dedicados a la lucha contra la manipulación informativa, hasta el punto de que las reacciones contra asociaciones o plataformas que trabajan en España de forma independiente en la verificación de noticias y bulos reconocidas internacionalmente como Newtral o Maldita.es, han sido muy contundentes tratando de incluirlas en las organizaciones que han desaparecer para que la mentira, el bulo o las paparruchas circulen más libremente. La airada reacción de determinados medios, grupos o personas contra la limitación de reenvíos de wasap es un síntoma más de la necesidad de atender no sólo a la existencia de bulos, desinformaciones o prejuicios sino también a la necesidad de atender a los canales, espacios y a las personas que hacen uso de ellos, en un sentido positivo o en un sentido negativo, que son en último lugar los responsables de hablar bien o mal de los demás. Y también conocer la existencia de herramientas

creadas para la difusión de los mensajes agresivos, racistas o de distorsión de la realidad, como los bots (o perfiles falsos en redes que difunden intencionadamente determinados mensajes).

También el clima social resultante del estado de alarma o del confinamiento domiciliario determinará las condiciones en las que se produzca la convivencia en los pueblos y ciudades, en eso que ya se está acuñando como “nueva normalidad”. No es casual que una parte de la sociedad -incluidos tanto ciudadanos y ciudadanas como medios de comunicación, fuerzas políticas y sociales organizadas- quiera que el clima social generado por la pandemia sea un clima crispado y de odio, en el que como antes del confinamiento sea más fácil identificar un chivo expiatorio o un culpable de la situación. Tristemente ya la Comarca cuenta con la experiencia de haberse puesto el foco y la alarma social en forma de bulos o rumores malintencionados sobre los trabajadores temporeros agrícolas como consecuencia del retroceso a fase 2 de la desescalada de la comarca del Bajo Aragón-Caspe, activandose con mayor intensidad los bulos referidos “inmigración y rebrote” de los contagios por coronavirus.

La **Estrategia Antirrumores de la Comarca de Caspe (EARBAC)** nace con el objetivo de reforzar el valor de hablar bien de los demás y ayudar a crear una conciencia social crítica con los estereotipos y prejuicios desde un conocimiento e interés por las personas fomentando el respeto y el reconocimiento desde el prisma de los derechos humanos. Se trata de incidir contra la propagación de los falsos rumores que dificultan la interacción y la convivencia que pueden derivar en actitudes discriminatorias y racistas.

La estrategia antirrumores forma parte de las líneas de actuación recogidas en el Plan de Convivencia en la Diversidad y se desarrolla desde un enfoque participativo y de empoderamiento comunitario. La estrategia busca la participación de la comunidad para su implementación y tan importantes son los resultados como los procesos que desarrolla. Es importante subrayar que la implicación y participación de agentes sociales en tareas de sensibilización, la formación, la coordinación de actuaciones, la reflexión sobre la inmigración, entre otros son fines que adquieren gran relevancia dentro de esta Estrategia.

NOMBRE DE LA ESTRATEGIA: **“HABLANDO BIEN”** ^{1*}

** El nombre de la Estrategia es sólo una propuesta, sobre la que trabajar, pudiéndose realizar una actividad participativa como parte del despliegue de la estrategia, en forma de concurso de ideas y propuestas para jóvenes a nivel comarcal que recoja propuestas del nombre, lemas, y logo de la propia estrategia como forma de hacerla llegar a más sectores de población.*

¹ Nombre y lema, son aún una propuesta, sobre la que trabajar, pudiendo realizar una actividad participativa, incluso en forma de concurso de ideas y propuestas para jóvenes a nivel comarcal que recogiese propuestas del nombre, lemas, y logos de la propia estrategia.

2. ESPACIOS Y GRUPOS INVOLUCRADOS

El proceso comunitario de la Comarca de Caspe para la puesta en marcha de su plan de Convivencia se organiza a través de distintos espacios y grupos de trabajo que lo articulan. Algunos no están creados todavía y otros ya han dado sus primeros pasos como parte de las acciones que impulsa el Plan de Convivencia.

La estrategia es una línea más del proceso comunitario, por lo que espacios y grupos de la Estrategia deben estar conectados con los demás grupos y equipos que ha desarrollado el Plan.

2.1. Observatorio de la Convivencia de Caspe (OCC)

La estrategia antirrumores ha de formar parte de las acciones avaladas y apoyadas desde el Observatorio de la Convivencia de la Comarca de Bajo Aragón-Caspe. Es un órgano de representación política en el que participan aquellos representantes públicos con responsabilidades en los pueblos y comarca, de forma que sea un órgano regulado por su propio reglamento normativo y que sea la institución comarcal quien lidere la formación de dicho observatorio. Junto a los representantes de los municipios también podrán estar integrados los representantes de las entidades sociales más relevantes (aquellas que pueden representar una mayoría o incluso ejercer labores de planificación de servicios). Los empresarios agrícolas agrupados, las asociaciones de comerciantes, etc...por su relevancia en el tema de la convivencia también podrán ser parte. El OCC será un órgano impulsor de la Estrategia Antirrumores del Bajo Aragón-Caspe.

2.2. Equipo Comunitario (E.C.)

El equipo comunitario es el garante del proceso comunitario en su globalidad. La Estrategia Antirrumores es una de las acciones incluidas dentro de la programación comunitaria por lo que será a través del trabajo facilitador e impulsor del Equipo comunitario como se active dicha acción, siendo además una línea de trabajo que se contrastará y evaluará en el marco del Espacio Técnico de Relación de la Comarca de Caspe en sus reuniones periódicas.

2.3. Grupo de Información Comunitaria

Este grupo, creado al interior del E.C. y especializado en la gestión de la información del proceso, estará vinculado con la Estrategia en tanto que son los garantes de que la información del proceso comunitario llegue a la población de la comarca. La estrategia como elemento clave del proceso debe tener en este grupo su amplificador. Además este grupo está conectado de forma especial con la estrategia antirrumores a la hora de desmentir bulos o rumores que estén dañando la convivencia en la comarca.

No sólo trabaja para la difusión de la estrategia sino para comunicar todo aquello que tiene que ver con el Plan y con la Convivencia como marcos globales de referencia. La estrategia es una de sus actividades y por tanto de sus hitos informativos. .

2.4. Grupo Motor de la Estrategia

La creación de un grupo motor de personas y/o entidades será la permanente que activará y mantendrá la actividad de la propia estrategia. Es importante a nivel rural que la estrategia “pertenezca” al pueblo y los vecinos y vecinas se apropien de él, y por tanto no sólo sea una iniciativa del ayuntamiento o de la comarca aunque sean quienes la impulsen pero la EABAC, ha de pertenecerle a la Comunidad del Bajo Aragón-Caspe..

Éste será el grupo que mantenga la cohesión de la estrategia y la comunicación entre los distintos grupos y equipos de la estrategia, así como la conexión con el grupo de información comunitaria general del proceso.

Integrado por 5-6 personas que hayan mostrado su interés por trabajar con mayor implicación en la estrategia, con presencia de personas del grupo de información comunitaria y por tanto también del Equipo Comunitario. Sería idóneo -pero no imprescindible- que sean técnicos de los sectores clave del municipio: sector social, político, económico, cultural, educativo, de salud. Y también vecinos y vecinas del grupo de personas clave.

3.FASES DE IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

FASE I. CREACIÓN

En el equipo comunitario se presenta la estrategia y se debate el borrador de la misma mejorándola gracias a la inteligencia colectiva del equipo.

FASE II. APROPIACIÓN

Puesto que se trata de una herramienta comunitaria, ha de estar validada por la Comunidad para que ésta la utilice como parte suya. Hemos de proponerla e incluirla como una acción de desarrollo del Plan por lo que será el Observatorio de la Convivencia (OxC) quien la haga suya. En las primeras reuniones del OxC se presentará para que todos los que lo forman la aprueben y se la apropien para sus pueblos, asociaciones, empresas, comarca....

El Observatorio ratificará la Estrategia como parte del despliegue del propio Observatorio y Plan de Convivencia, será una de sus herramientas, y los trabajos que se desarrollen así como su impacto será conocido y difundido por el propio observatorio así como por todos los organismos públicos y privados que lo integren.

De la existencia de la Estrategia Antirrumores se dará cuenta en cada Ayuntamiento por la vía más habitual en cada localidad. Lo suyo es que se haga en las comisiones informativas de cada ayuntamiento o bien en los foros de participación municipal que existen, por ejemplo el Consejo Municipal de Participación Ciudadana (por ejemplo en Caspe existe).

Así mismo la Estrategia se presentará en los espacios técnicos del proceso, el Espacio de Personas Clave, etc...

FASE III. IMPLEMENTACIÓN

La puesta en marcha de la estrategia se realizará de forma gradual o lo que es lo mismo por medio de “grupos”, “acciones” y “circuitos” conectados entre sí. Dicho de otra forma, será una implementación progresiva siguiendo un itinerario lógico analizando con que fuerzas se cuenta para cada una de las acciones previstas.

La estrategia es una herramienta con la que se dota la comarca de Caspe para llevar a cabo los objetivos del plan siendo sus destinatarios y sus protagonistas principales los siguientes:

- Técnicos.
- Ciudadanía
- Políticos.

Además, la estrategia quiere dotar de herramientas a los colectivos y organizaciones más relevantes cuyo trabajo resulta imprescindible para su desarrollo y constituyen los foros y herramientas ciudadanas, empresariales, técnicas más relevantes para ello:

- Empresarios y empresarias
- Agrupaciones asociativas y/o federaciones
- Comercios y empresas de servicios.
- Activos culturales y sociales.

Esta es una selección de posibles acciones que desplegará la estrategia:

PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.

La estrategia constituye una herramienta de intervención sobre la comunicación y la forma de estar y posicionarse ante la información que circula en modo presencial o virtual y los vínculos emocionales y sociales que tiene lugar en un contexto concreto, en la comarca del Bajo Aragón-Caspe/Baix Aragó-Casp y los pueblos que la constituyen.

La presentación de la estrategia se realizará en el marco de las reuniones que el **Observatorio por la Convivencia de Caspe** realice, siendo presentada una vez que éste ya haya sido constituido y se haya debatido en él, ratificándose las acciones previstas en su despliegue.

El **Espacio Técnico de Relación** será el marco de presentación técnico de la estrategia, dado que ha sido el espacio en el que se presentó como idea. La devolución de la propuesta de trabajo de implementación de la estrategia es una propuesta concreta para los técnicos que lo componen, planteando la incorporación de aquellos/as que quieran formar parte del **Grupo Motor**.

En la **Reunión de Personas Clave de Caspe y Comarca** se presentará la Estrategia proponiendo a las personas asistentes y que forman parte de dicho espacio ciudadano formar parte de la misma, bien incorporándose a la Red Social que Impulsa la Estrategia. y a los grupos estables como el Grupo Motor de la Estrategia y participando en el despliegue de actividades de ésta.

DINAMIZACIÓN DE PERSONAS Y GRUPOS DE LA ESTRATEGIA

Estos son los grupos principales en los que se estructurará la implementación y desarrollo de la estrategia:

□ **Equipo Investigador. “Maldito Bulo Caspe”**

La recomendación formal en este tipo de estrategias es en primer lugar conocer cuales son los rumores que circulan en un determinado territorio con mayor frecuencia o mayor virulencia. Este tipo de análisis puede hacerse utilizando distintas técnicas de investigación social (encuesta, cuestionario, grupos de discusión, entrevistas, etc) y aplicándolas a distintos ámbitos (mujer, deporte, alimentación, redes sociales, etc) y de forma intergeneracional e interseccional. Este proceso requiere un nada desdeñable esfuerzo y tiempo para poder dedicarle. En nuestro caso abogamos por un proceso de conocimiento de la realidad de los bulos y rumores menos ambicioso, que sea impulsado por un grupo local, y que en una o dos sesiones en forma de Grupos de Discusión y personas de las personas conectadas con ellos pueda hacerse una prospección y recopilar la información necesaria acerca de los bulos y rumores más replicados.

Este equipo es el “filtro” de la información, el “cerebro” que desmiente noticias, que difunde argumentos válidos o que genera información valida y valiosa. Conectado con otras redes y estrategias a nivel aragonés (Estrategia Aragonesa Antirrumores), nacional (ej. Maldito bulo, Zgz Antirrumores o Stop Rumores Andalucía). Deberá legitimarse como parte relevante de la implementación de la estrategia y nace a partir de los **grupos de discusión** creados al comienzo de la implementación de la estrategia. .

□ **Grupo de “Vecinos Que Hablan Bien”**

Vecinos/as que hablan bien “de los demás, de Caspe,” La estrategia necesita que haya personas que tengan por costumbre hablar bien de los demás, gente que no critique por criticar, que no se crea todo lo que le dicen y personas que generan “buen rollo” a su alrededor. No es una facultad innata, sino que uno se puede entrenar para conseguirlo.

En un pueblo la palabra “agente” remite demasiado a un policía. Por eso es preferible utilizar sólo la palabra vecinos y vecinas asociadas a la intención de la estrategia. Simplicidad y sorpresa a la vez.

Son los difusores de los mensajes, las personas que actúan, que tienen una mayor información o que saben cómo conseguirla. Serían los “líderes” ciudadanos/ técnicos de la estrategia.

Es la base social de la estrategia y son quienes hacen realidad la estrategia, quienes en su vida cotidiana, en sus grupos, en sus redes sociales o en sus asociaciones, colectivos, etc ejercen hablando bien.

□ **Red De Apoyo Social. “Las Personas Simpatizantes”**

Ser de la red de apoyo o ser del grupo de Vecinos que hablan bien sólo ha de diferenciarlo el grado de implicación que quiera tenerse en la estrategia.

Simpatizar con la estrategia, estar enterado, difundir mensajes, ser un “multiplicador” de mensajes que desmienten bulos, que generan la información contrastada es una forma de ser parte del despliegue de la estrategia. Es ser parte de la red de apoyo o de los “simpatizantes de la estrategia”.

Ser del grupo de vecinos que hablan bien es querer además identificarse con la estrategia. Serían las personas que aparecen en las campañas, que se presentan en sus círculos, que salen en prensa, que hablan con propiedad de la estrategia.

Una persona puede formar parte del Grupo de personas que hablan bien, a partir de recibir una formación o ser parte de un grupo de discusión y de ahí querer identificarse como parte de la Red de Apoyo de la Estrategia.

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

Se esbozan algunas líneas y destinatarios de la formación desde la Estrategia, dado que la formación y capacitación es una de las formas principales de la implementación de la estrategia.

- **Formación para hablar bien.** Hablar bien se entrena. Hablar bien de los demás, hablar bien de sí mismo, hablar bien del grupo y hablar bien en público. Necesitamos herramientas comunicativas para que nuestra comunicación sea de calidad. Esta formación está abierta al público en general y con especial atención a las personas que tienen responsabilidades en su vida pública (maestros, t. sociales, políticos....)

Fundamentalmente se trata de sensibilización, de cara a dotar de herramientas básicas para identificar rumores, para saber cómo actuar, herramientas básicas de respuesta y argumentos para aportar herramientas para conseguir una comunicación más reflexiva y un diálogo más productivo y positivo con las personas a las cuales intentamos sensibilizar

- **Formación para “vecinos/as que hablan bien”:** el grupo de vecinos que habla bien se podrá constituir en un “grupo avanzado”, un “grupo de formación de personas que hablan bien” de forma que la buena costumbre de hablar bien de los demás sea un comportamiento que se multiplique. Podría ser un grupo de “personas clave” que quieran ser la avanzadilla formada, un grupo que pueda formar a otros, y que multiplique lo aprendido, desde su rol de personas de referencia.

Esta formación tendrá un enfoque más centrado en lo psico-educativo y lo emocional. Es importante abordar el tema de la gestión de los conflictos y la gestión emocional que muchas veces lleva a propagar los rumores o a que éstos afecten en lo personal o lo colectivo. También enseñar a ver la raíz del tema, del malestar y redirirlo a donde hay que redirigirlo.

Algunas claves a tener en cuenta en la formación de “vecinos que hablan bien”

Interseccionalidad: Este enfoque aborda la cuestión de los privilegios y cómo hacerlos conscientes en caso de que se tengan (ej Si el feminismo no tiene en cuenta que no todas las mujeres están incluidas en el feminismo blanco occidental desde la inconsciencia se invisibiliza a la por ejemplo a la mujer negra o el enfoque LGTBi) Ver enlaces:

Enfoque intercultural.

Enfoque comunitario.

Perspectiva de género.

Cultura de paz.

Pueden enumerarse otras....

Su capacitación puede favorecer que sean personas que formen a otras y que multipliquen los objetivos de la estrategia, por lo que realizarán una formación para formadores.

- **Formación para técnicos:** estando comprobado que el lugar del que emanan muchos de los rumores que circulan son los servicios públicos (ver diagnostico de situación de la Estrategia Antirrumores de Zaragoza) y aquellos con atención a personas, se promoverán acuerdos para la formación periódica de dichos técnicos priorizando los del ámbito de los Servicios Sociales, Educativos, de Salud...

El objetivo a conseguir es que en cada recurso técnico haya un referente técnico de la estrategia, y sea la persona que emita información, que conecte la información con otros recursos, que distribuya la información.

Su labor será sencilla, porque simplemente es un “enlace” de la Estrategia en su centro de trabajo, equipo, proyecto o entidad.

- **Formación para jóvenes:** adolescentes y jóvenes construyen sus imaginarios colectivos en la escuela en el instituto. Allí es donde la comunicación se construye entre iguales, desde una perspectiva de género, inclusiva e interseccional. No hay adolescentes y jóvenes, hay muchas adolescencias y muchas juventudes. Formar líderes naturales, jóvenes que quieran utilizar herramientas comunicativas potentes a través de las redes sociales, del wasap...que sepan reaccionar cuando la comunicación se hace irrespirable.

Serán los destinatarios prioritarios de la formación que el IAJ ponga en marcha.

Se propondrá que en el marco del proyecto Jóvenes Dinamizadores Rurales se integre la Estrategia Antirrumores como proyecto y que sea el grupo comarcal de Bajo Aragón-Caspe el que la difunda y extienda hacia otras comarcas, consiguiendo un efecto cascada de la propia estrategia.

ACTIVIDADES

Estas son algunas de las actividades que podrán desarrollarse en la implementación de la estrategia:

- ❖ Formación y capacitación (ya mencionado arriba)
- ❖ Grupos de discusión
- ❖ Concurso de ideas para un nombre de la estrategia.
- ❖ Alianza “Compromiso Antirrumores”
- ❖ Comercios que hablan bien ó libres de rumores
- ❖ Mural Arte Urbano Antirrumores
- ❖ Señalética “Pueblo libre de rumores”
- ❖ *Tértulias* sobre rumores
- ❖ Cartelería
- ❖ Campañas

❖ **Grupos de discusión.**

Se convocarán grupos de discusión u otras técnicas de dinámica de grupos, con el objetivo de realizar un primer catálogo de los rumores y bulos que circulan en la comarca. La realización de los grupos constituye el desarrollo de la estrategia misma, dado que el principal objetivo no es tanto la realización de un catálogo de rumores sino la sensibilización, formación, debate y discusión sobre el hecho de la existencia de rumores y la búsqueda e identificación de las personas que a través de su participación en los grupos puedan adherirse a la Red de Apoyo Social Antirrumores arriba mencionada.

No obstante la realización de los grupos de discusión contará con una o varias personas responsables del grupo motor de la estrategia cuya función será la de dinamizar y moderar el grupo y la de tomar acta o registro de las aportaciones y de los contactos que quieran sumarse a la estrategia.

❖ **Concurso de ideas**

Un nombre para la estrategia antirrumores del Bajo Aragón-Caspe. A partir de la propuesta inicial “Hablamos bien” se convoca un concurso de ideas, tanto como una forma de publicitar la propia estrategia como fórmula para encontrar una propuesta o propuestas de nombres para la estrategia. La convocatoria de un concurso es una buena fórmula para aumentar la difusión de la acción antirrumores.

❖ **Alianza “Compromiso Antirrumores” del Bajo Aragón-Caspe**

Una red de entidades, comercios, empresas, asociaciones, espacios que firman un acuerdo para hablar bien de los demás. Y para combatir y no compartir los bulos y rumores. Una firma, y un acuerdo por un año....renovable, si el compromiso se cumple. La firma de la alianza puede suponer además de tener el símbolo “de los que hablan bien”. Hablar bien de los demás es un compromiso de cuidar al otro...porque a tí no te gustaría que hablaran mal de tí, o porque te gustaría que hablen bien de tí.

Nada más idóneo que hacer referencia al “Compromiso de Caspe” en la Alianza Antirrumores del Bajo Aragón Caspe / Baix Aragó Casp.

❖ **Comercios que hablan bien o “libres de rumores”**

Acercar la experiencia de los espacios libres de rumores a un nivel más cotidiano, con un cartel tipo “Aquí hablamos bien de los demás” ó “Comercios que hablan bien de los vecinos”....podría extenderse a otros lugares públicos personalizando el mensaje: “En este cine hablamos bien de los vecinos y vecinas” “En estas oficinas municipales hablamos bien de los demás”.

❖ **Mural Arte Urbano Antirrumores.**

“Hablamos bien” puede ser una construcción colaborativa que pueda crear además con la participación infantil y juvenil un logotipo de la estrategia y un mural de arte urbano en la entrada o salida de Caspe o en un lugar estratégico de algunos de los pueblos de la Comarca que así lo consideren. Lo importante no es tanto el mural como que su realización sea participativa y de amplia visión y difusión social. Es una construcción también intercultural. De sencilla implementación y fuerte sentido simbólico.

❖ **Señalética “Pueblo libre de rumores”**

Ejemplos: “Pueblo libre de rumores”, “En este pueblo hablamos bien de los demás”, “Bienvenidos a Caspe Diem”, “Nos gusta hablar bien de los demás”. La inauguración de la placa de bienvenida a la entrada del pueblo podría ser un acto comunitario en sí mismo con un discurso, una persona invitada que pudiera glosar la importancia de hablar bien de los demás.

❖ **Tértulias sobre rumores**

Fomentar la conversación amable y distendida entre personas que no se conocen sean de la misma o de distintas culturas y sensibilidades alrededor de un té es la mejor forma para promover la convivencia intercultural, y según autores de “cambiar el mundo”¹. Las *tértulias* generan encuentros improbables, conexiones entre personas que de otra forma no se conocerían o no coincidirían con facilidad para hablar o compartir sobre el mismo tema. Por eso se realizan en torno a temáticas específicas que pueden ser de interés por su relevancia mediática o por su pertinencia con el tema de los rumores. Son actividades de dinamización que forman parte de la Estrategia Antirrumores de la comarca del Bajo Aragón-Caspe. Se convoca a personas que sean relevantes o que sean informantes privilegiados para que puedan enriquecer el contenido de la tertulia.

Están dirigidas a las personas que forman parte de la estrategia (y abiertas al público en general para que puedan sumarse más interesados/as) en la que se charla en torno a algún tema concreto que esté relacionado con los rumores o con el tema que se escoja, por ejemplo “Campaña Agrícola y rumores”, “Religión y rumores”, “Hablar bien de Caspe”. También pueden convocarse en torno a temas *menos sesudos* como por ejemplo: “La verdad sobre el kebab: aprende a hacer un auténtico kebab”. Pueden ser temas culinarios o de otro tipo, deportivos, habilidades especiales, talleres, técnicas, que puedan ser de interés para el público en general y se conviertan en una puerta de entrada a la Estrategia. Se aconseja que haya dos dinamizadores, uno que modere los turnos y las intervenciones y otro que recoja las ideas principales a modo de relatoría o conclusiones.

En definitiva, se trata de promover el encuentro entre personas de diversos orígenes culturales que tienen diversas perspectivas de la vida y a través del conocimiento generar relaciones basadas en la confianza y la vecindad. Desde la perspectiva de **crear espacios comunicativos y de diálogo seguros**, en los que se garantice el bienestar y la confianza desde el respeto y la interacción positiva. Espacios de crecimiento individual y colectivo.

Desde la perspectiva metodológica de la facilitación en la que se gestiona el conflicto como oportunidad para la transformación interior y colectiva. Los participantes tras los encuentros son multiplicadores de las experiencias que acaban de vivir, se normalizan los buenos tratos, el saludo y el conocimiento entre vecinos/as.

❖ **Cartelería**

La creación de una marca como “*Compromiso Antirrumores*” podría ser el resultado de un concurso de diseño o incluso de un maratón creativo que pudieran protagonizar los Jóvenes Dinamizadores Rurales (JDR) o en los propios IES contando con la colaboración del departamento de dibujo o expresión.

La cartelería de la estrategia ha de tener al inicio una misma grafía y/o elementos identificativos de cara a que pueda reconocerse más claramente. Quizás la forma sea la presentación a través de la campaña comercial.

❖ **Campañas**

La campaña agrícola es la época del año en la que los rumores se disparan, suelen tener que ver tanto con el uso de los servicios públicos como con el respeto a las normas de

convivencia. Hay que tener en cuenta que en Caspe hay ya creadas algunas campañas de concienciación vecinal relacionadas con la limpieza o con el cuidado de los demás por lo que la campaña específica antirrumores ha de estar bien fundamentada para no colisionar con otras en marcha:

Se sugieren al inicio 3 campañas principalmente:

- **Hablando bien por Caspe (por Fabara, por Maella...) ó también “Mentidero Clausurado”:** Esta campaña podría tener un tratamiento fotográfico, utilizando técnicas con bocadillos (cómic) y que vecinos concretos (los/as vecinos/as que hablan bien), se fotografiaran en lugares concretos del pueblo (o en el mismo lugar representativo conocido) mostrando su firme decisión de no hablar mal de nadie, podría ser una performance clausurando el “Mentidero Tradicional” y realizando un vídeo para intentar viralizarlo.

Clausurar el mentidero del pueblo es en sí mismo una acción provocativa y hasta performativa que puede servir para mostrar más claramente la intencionalidad de la campaña. En el imaginario social de un pueblo todo el mundo en un pueblo sabe de qué estamos hablando, aunque no se localice físicamente en ningún sitio; aunque si tuviese una localización física se podría jugar con esa imagen y un ¡CLAUSURADO! en él como imagen de la campaña. Actualmente el mayor mentidero de un pueblo es el facebook.

Una performance virtual “*estilo maldito bulo*” podría ser interesante.

- **Caspe libre de rumores: Comerciantes que hablan bien:** Similar a la campaña anterior -en cuanto al recorrido que pueden tener las fotografías y las imágenes- pero en la que son los propios comerciantes quienes se fotografían con el hastag #*Aquíhablamosbien* en la puerta de su establecimiento. La campaña se puede complementar abriendo los comercios a actividades artísticas, o actividades lúdicas en el interior de los establecimientos (ej. recitar poesías). que permitan una mayor conocimiento del establecimiento, y de paso presentar la campaña.

La campaña tendrá un cartel (pegatina) identificativo de la adhesión del comercio. Se presentará un listado de los establecimientos adheridos a la campaña o a la red de comercios que hablan bien. Si hubiera demanda podría ampliarse a “establecimientos” que hablan bien o a “Empresas que hablan bien” o bien dejar este sector para una campaña siguiente.

- **Caspe cuida.** Los cuidados en la comarca de Caspe/Bajo Aragón han sido un importante factor de cohesión en la crisis sanitaria del Covid19. Los cuidados que vecinos, asociaciones y entidades han puesto en marcha (elaboración de mascarillas, realización de compras, atención a los mayores, difusión y un largo etcétera) han supuesto una diferencia cualitativa en muchos casos y han generado una cohesión y relación social y comunitaria cualitativamente nueva. Proponemos una —campaña relacionando el cuidado de los demás con la premisa de hablar bien de los demás. Hablar bien también es cuidar a los demás. Este aspecto de la

estrategia en realidad es transversal, porque una estrategia antirrumores es en realidad una estrategia de cuidado de los demás.

FASE IV. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN

La estrategia de difusión y comunicación será responsabilidad del equipo de información comunitaria a través del que se informará de todas las acciones que se vayan a realizar.

En dicha estrategia habrá que tener en cuenta a todos los grupos implicados para establecer las oportunas conexiones que permitan amplificar la difusión de la estrategia antirrumores.

Nos interesa que sea una comunicación cotidiana, que se convierta en un rumor positivo sobre algo que está naciendo que vaya de abajo arriba en una primera fase. No es bueno que sea una comunicación institucional, de ahí que es preferible que sea el Equipo Comunitario quien comunique y también los propios grupos implicados y las personas de la Red de Apoyo Social de la Estrategia porque queremos que las personas que la están viviendo sean quienes hablen -bien- de ella. Y que su puesta en marcha cale como lluvia fina en los distintos sectores, ambientes, etc....de las localidades. No nos interesa una rueda de prensa o una nota oficial o institucional al comienzo, porque puede generar polarizaciones desde el comienzo.

La estrategia podría tener un espacio propio en la web. Un banner permanente que fuera [Estrategia Antirrumores Hablamos bien].

FASE V. EVALUACIÓN E IMPACTO

Deberá diseñarse una herramienta de evaluación del impacto y alcance de la estrategia cuando esta lleve ya un tiempo en desarrollo. Tanto en lo relativo a su impacto cuantitativo como al cualitativo o lo que es lo mismo a la evaluación comparativa de eficiencia y eficacia en su implementación.

Se deberá diseñar una evaluación comunitaria y participativa de la misma dado que es muy importante en la propia estrategia el enfoque comunitario tanto por la implicación de la comunidad como por el desarrollo de acciones que buscan una incidencia comunitaria clara.

RECURSOS

1. Económicos (partidas nuevas del presupuesto municipal/comarcal)
2. Humanos (equipos, profesionales, voluntarios....)
3. Equipos y entidades implicadas (en línea con la Alianza)