

Iniciativas para prevenir la desinformación

Taller desarrollado por Daniel Rodrigo Cano



Foto de Jesús de la Osa

Taller Iniciativas para prevenir la desinformación © 2025 by Daniel Rodrigo Cano is licensed under CC BY-NC 4.0

Iniciativas para prevenir la desinformación

Es un taller desarrollado para el XXII Seminario Respuestas desde la Comunicación y la Educación al Cambio Climático.

Valsaín 24, 25 abril 2025

Dinámica de Presentación: "Dibuja tu Dinosaurio"

Objetivo: Romper el hielo, activar la creatividad y vincular la experiencia personal de los participantes con la transformación que exige la acción climática. Fomentar el humor amable y la empatía, desde una mirada esperanzadora.

Duración estimada: Mínimo: 15min; Máximo 25min

Materiales: Hojas, lápices o rotuladores (o pizarra digital si es online)

Introducción del facilitador (2-3 min): “Los dinosaurios dominaron la Tierra durante millones de años... hasta que dejaron de adaptarse. Hoy, nosotros enfrentamos desafíos distintos, pero la adaptación sigue siendo la clave. Por eso, para empezar esta sesión sobre cambio climático desde una mirada fresca y humana... os invito a presentaros a través de una criatura muy especial: vuestro propio dinosaurio.”

Manos a la obra (8-10 min): Cada participante dibujará un “dino-personaje” que lo represente en su labor o visión del cambio climático; Puede ser tan realista o absurdo como deseen. No se evalúa calidad artística, ¡solo creatividad!

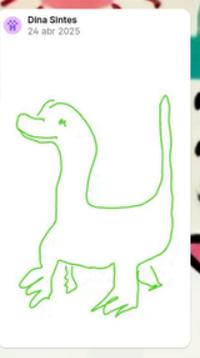
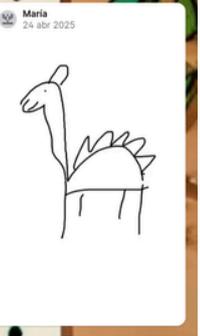
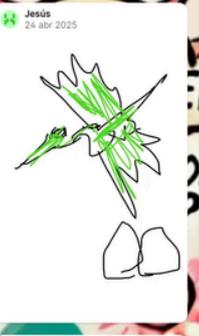
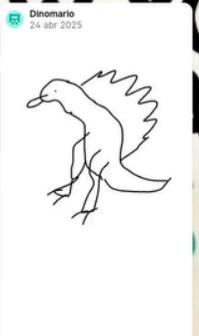
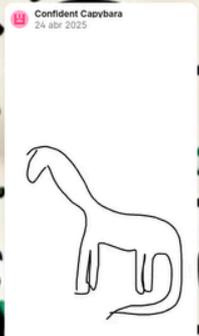
Guía opcional (puede estar proyectada): ¿Cómo se llama tu dinosaurio?; ¿Qué superpoder climático tiene?; ¿Cuál es su mayor miedo... y su mayor esperanza?; ¿Cómo ayuda a adaptarse al nuevo clima?

Presentaciones (10-15 min): En pequeños grupos o todos juntos (según el tamaño del grupo), cada persona presenta su dino y lo relaciona con su rol en el ámbito del cambio climático.

Cierre con reflexión colectiva (3 min): “¿Qué aprendemos al vernos como ‘dinos en evolución’? ¿Qué cualidades necesitamos reforzar como individuos y como comunidad para no extinguirnos... y en cambio florecer en este nuevo clima?”

Extras para enriquecer: Puedes guardar todos los dibujos y crear una “Dinogalería climática”; Si es online, usar herramientas como Jamboard o Canva Whiteboard; A modo de guiño: incluir algunos "dinos" famosos de la acción climática, como el Ecolosaurio solaris (experto en energías limpias) o el Veganosaurio resiliente.

Participante dibujará un "dino-personaje" que lo represente en su vida o visión del cambio climático.



NAME _____
BIGGEST FEAR _____
CLIMATE SUPERPOWER _____
GREATEST HOPE? _____

**Desinformación en 5 Palabras –
Nombrar lo que nos desinforma
para comunicar con claridad.**

Objetivo: Explorar la percepción individual sobre la desinformación, generar un concepto colectivo y reflexionar sobre su impacto en la comunicación del cambio climático.

Duración estimada: Mínimo: 15min; Máximo 20min

Materiales necesarios: Tarjetas o post-its; Rotuladores; Pizarra blanca o digital (Padlet/ Wooclap/ Jamboard / Miro en versión online)

Introducción del facilitador (2 min): “En un contexto de emergencia climática, la desinformación obstaculiza la acción colectiva. Para entender cómo se manifiesta y cómo combatirla, primero vamos a explorar qué significa para cada uno de nosotros.”

Reflexión individual (3-5 min): Cada participante debe escribir cinco palabras clave que, según su experiencia, definan o caractericen la desinformación. Pueden incluir causas, consecuencias, emociones asociadas, actores involucrados, etc.

Puesta en común (8-10 min): En ronda o en panel compartido, cada persona lee sus cinco palabras. El facilitador agrupa términos similares, destacando coincidencias y diferencias, hasta construir un "nube de palabras" o mapa conceptual.

Reflexión final (3 min): "¿Qué hemos aprendido al escuchar nuestras distintas percepciones? ¿Cómo se manifiesta esta desinformación en nuestros ámbitos de trabajo? ¿Qué rol podemos asumir para contrarrestarla desde una comunicación clara, empática y basada en evidencia?"

Opcional de cierre creativo: Invitar a redactar una frase corta tipo lema o definición colectiva que comience con: "La desinformación climática es..." Usar esta frase para iniciar la sesión siguiente o como pie para una actividad de co-creación de mensajes eficaces.

Desmontando el Bulo

Objetivo: Identificar y visibilizar bulos o desinformaciones sobre el cambio climático que más molestan o preocupan, fomentando la reflexión crítica y la creación de contenidos breves para redes sociales.

Duración estimada: Mínimo: 20min; Máximo 30min

Formato: Video corto por parejas (duración máxima 1 minuto)

Instrucciones para el grupo: Formad parejas y compartid cuál es la desinformación o mito sobre el cambio climático que más os molesta o indigna. Pueden ser cosas como: “El cambio climático no existe”; “Las acciones individuales no sirven para nada”; “Adaptarse es rendirse”; “El calor es bueno para la salud”

Elegid una desinformación y preparad un guion breve (máximo 4 frases) en el que: Uno de vosotros la enuncia como si fuera real (el “actor del mito”); El otro la desmiente con datos o una reflexión personal desde la salud, la ciencia o la esperanza (“voz informada”); Terminad con un mensaje positivo o de acción: ¿qué sí se puede hacer?

Grabación del vídeo: Estilo libre: serio, irónico, con humor gráfico (tipo TikTok), teatral... ¡que sea auténtico!. Máximo 1 minuto. Incorporad imagen o gesto que refuerce el mensaje emocional (puede ser una cartulina, una imagen de fondo o una expresión corporal).

Entrega y difusión: Se proyectan todos en clase (o se comparten en un canal común).

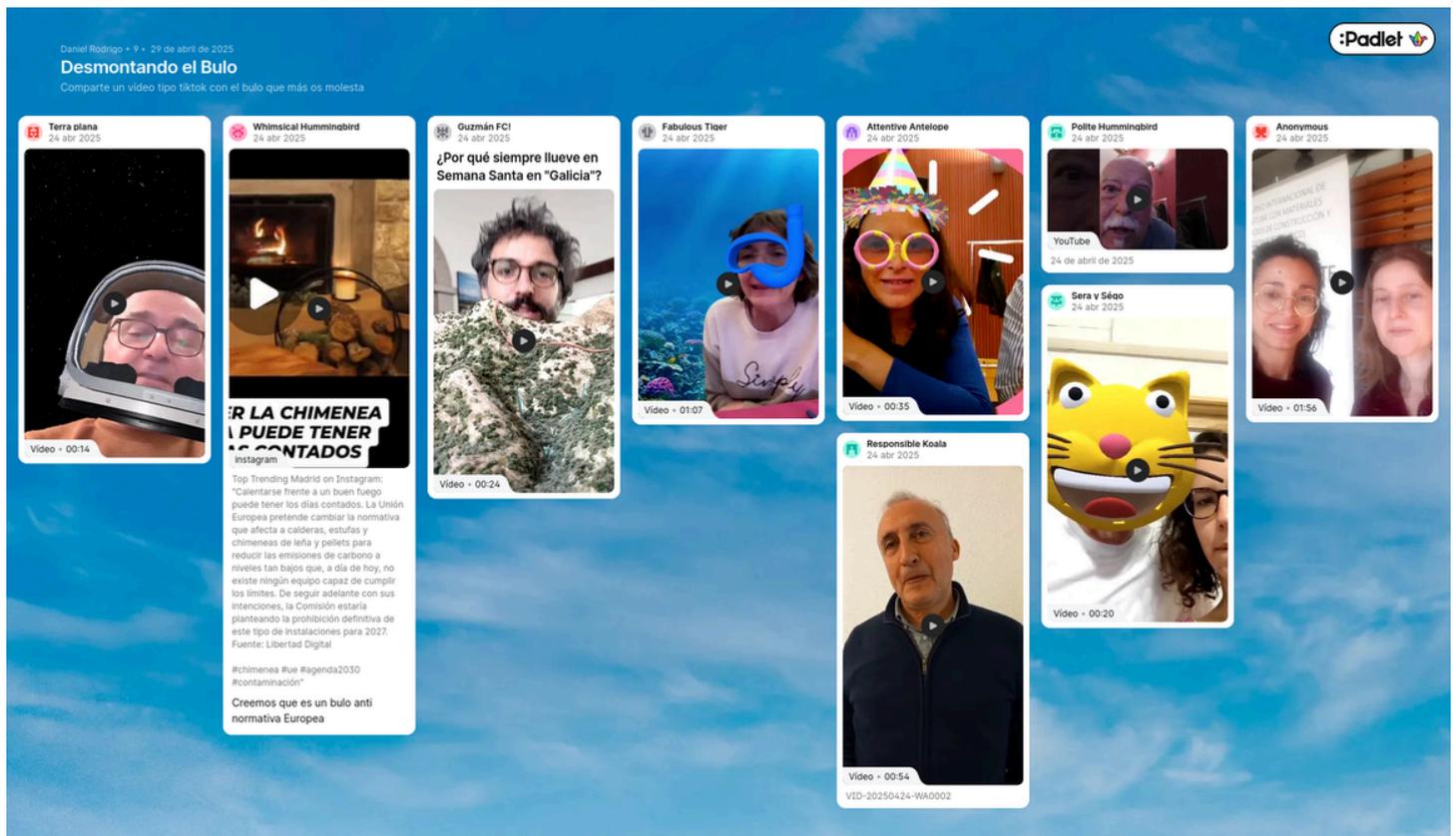
Opcional: subir a redes con hashtag del taller o campaña, por ejemplo: #DesmontandoBulosCC

Claves comunicativas: Usad emoción e imágenes, como recomienda el decálogo del seminario Clima en Redes. Evitad tecnicismos: hablad desde lo personal o desde lo cotidiano. Terminad siempre con un mensaje de esperanza o acción, como promueve el periodismo de soluciones.

Decálogo del seminario Clima en Redes en el documento "La emoción y las

imágenes, claves en la comunicación efectiva del cambio climático en redes sociales" organizado por la Universidad de Navarra. Aquí te comparto el resumen del decálogo:

1. Comunicar la amenaza y urgencia de actuar con contenido de calidad.
2. Promover una comunicación ética: responsabilidad social, transparencia y honestidad.
3. Fomentar el diálogo y la comunidad, evitando el catastrofismo.
4. Construir relatos que aumenten el prestigio de los comportamientos sostenibles.
5. Implicar a la comunidad científica en la comunicación en redes.
6. Basar la comunicación en ciencia y fuentes directas.
7. Diseñar estrategias fundamentadas en investigación académica.
8. Usar historias de proximidad, concisión y complementariedad texto-imagen.
9. Mostrar imágenes significativas de personas actuando frente al cambio climático.
10. Utilizar imágenes creativas y positivas que fomenten la acción, evitando los clichés negativos.



Campaña Antibulos Express

Objetivo: Diseñar en grupo una campaña de comunicación o marketing breve para redes sociales que contrarreste los bulos climáticos más molestos desde una perspectiva informada, emocional y esperanzadora.

Duración estimada: Mínimo: 40min; Máximo 50min

DINÁMICA GRUPAL Formato: Grupos de 4–6 personas.

Fase 1. Inspiración y elección del bulo (5 min): Cada grupo comparte los bulos que surgieron en los vídeos por parejas. Elegid UNO que os haya impactado más o que sea más frecuente. Reflexionad: ¿Por qué es tan molesto? ¿Qué lo hace peligroso o popular?

Fase 2. Diseño rápido de campaña (10 min): Tenéis 10 minutos para crear una minicampaña creativa y realista. Debéis definir:

- Mensaje central: ¿Qué queréis decir y desmontar?.
- Público objetivo: ¿A quién va dirigida? (jóvenes, mayores, familias, etc.);
- Formato: ¿Qué tipo de contenido usaréis?: Reels/TikToks; Imagen + frase potente; Story en formato pregunta; Memes, viñeta o humor gráfico.
- Tono: ¿Informativo, emocional, esperanzador, humorístico...?;
- Llamada a la acción: ¿Qué queréis que la gente haga después?. Usad emoción, imágenes mentales, cercanía y esperanza.

Fase 3. Presentación rápida (5 min): Nombre de la campaña; Bulo elegido; Mensaje clave + formato; Llamado a la acción

(Opcional: elegir la más potente mediante votación o aplausómetro)

Extra: Si hay tiempo o continuidad, pueden desarrollarse las campañas para redes reales con hashtag del grupo o centro. También se puede proponer compartirlas durante la Semana del Clima o un evento local.

Campaña Antibulos Express

1 Mensaje central

"El río está muy sucio, el cauce está lleno de vegetación, hay que limpiarlo porque en cuanto llueva, va haber crecida. La vegetación en el cauce de los ríos retiene el agua.

- El efecto de los barcos en la subida del nivel del mar es insignificante

Equivale a un grano de arroz en 3000 Bernabeus

O a una décima parte de una gota en una piscina olímpica

La acción climática es el salvavidas del sector primario español

Desmentir un bulo con otro bulo para mostrar la contradicción

Estáis provocando un sequía fumigando con aviones. Y no acertáis nunca con la previsión del tiempo... O lo uno o lo otro ¿no?

2 Público objetivo

Población cercana al cauce del río

Grupos de personas que difunden este bulo con analogía del móvil en la cerveza

Consumidores

Sector primario que sufre consecuencias de la sequía

3 Formato

Vídeo corto por canal WhatsApp

Viñeta (ver adjunto creado con ChatGPT que nos ayuda)

Vídeos en los que los propios agricultores y ganaderos muestran cómo están afectados y cómo se están adaptando

Alguien del sector en el programa Agropopular de la COPE (líder de audiencia en el sector)

4 Llamada a la acción

Compartir y difundir

Cambio de percepción: click mental que rompa un conocimiento común intuitivo primario básico y refuerce existencia cambio climático: el mar sube por el CC

Esto hay que pensarlo

Sensibilización al sector mostrando prácticas en positivo y reflexión a la ciudadanía para que contextualice las reivindicaciones del sector primario

5 Momento adecuado para compartirla campaña

Antes y después de las lluvias

Ambiente distendido de bar. Ambiente de Fútbol.

En un momento de sequía

Antes de elecciones europeas con tiempo suficiente para adelantarnos a los bulos

Al cielo con ella - Speech elevator

Objetivo: Diseñar en grupo una campaña de comunicación o marketing breve para redes sociales que contrarreste los bulos climáticos más molestos desde una perspectiva informada, emocional y esperanzadora.

Duración estimada: Mínimo: 15min; Máximo 25min

Modalidad: en parejas

Objetivo: Crear y exponer un mini discurso de 1 minuto que movilice a otras personas a actuar frente a un bulo climático.

Preparación (7–10 minutos): Cada participante o pareja elige un bulo climático que quiera desmontar (puede ser el mismo que usaron en dinámicas anteriores) y responde estas 4 preguntas para preparar su pitch: ¿Qué bulo quieres desmontar?. Ej. “El cambio climático es cosa del futuro”, “Reciclar no sirve de nada”. ¿Por qué es peligroso o molesto?. Explica en una frase por qué afecta a la acción o crea confusión. ¿Qué verdad quieres contar?. Usa un dato, una vivencia o un argumento corto y claro. ¿Qué acción propones?. Termina con una frase potente que invite a actuar: “Comparte este mensaje”, “Habla con tu familia”, “Exige cambios en tu centro”, etc.

Guion orientativo para el pitch (máx. 1 minuto): "Mucha gente cree que... [inserta bulo].

Pero esto no solo es falso, también es peligroso porque... [impacto del bulo].

Lo cierto es que... [dato o mensaje esperanzador].

Y por eso, te invito a... [llamado a la acción].

El cambio empieza con lo que decides compartir y decir hoy."

Presentación (5–8 minutos): Cada pareja comparte su pitch con el grupo (máximo 1 minuto por intervención). Se pueden hacer en ronda o “estilo escenario” si el espacio lo permite.

Cierre reflexivo (3–5 minutos): ¿Qué pitch os ha inspirado más?. ¿Qué ideas o frases se podrían usar en redes o en una campaña real?. ¿Cómo cambia el impacto cuando el mensaje es directo y en primera persona?

Evaluamos las campañas antibulos

Objetivo: Valorar de forma participativa y creativa las campañas diseñadas, reforzando lo aprendido sobre comunicación climática eficaz y desmontaje de bulos.

Duración estimada: Mínimo: 10min; Máximo 15min

Modalidad: Individual (anónimo o con nombre, según objetivo)

Herramientas recomendadas (elige una según tu grupo): Google Forms → para una evaluación estructurada y guardada; Mentimeter → para votación interactiva en directo; Padlet / Jamboard / Wooclap → para comentarios tipo mural digital

Preguntas:

- ¿Qué frase o idea te llevas para compartir en tu entorno?
- ¿Qué mejorarías o qué añadirías a tu propia campaña después de ver las demás?

Alternativa rápida con Mentimeter o Kahoot

Pide votar en directo la campaña más: Creativa; Emocionante; Convincente; Viralizabile

Evaluación. ¿El dinosaurio seguía allí?

1

¿Qué frase o idea te llevas para compartir en tu entorno?

2

¿Qué mejorarías o qué añadirías a tu propia campaña después de ver las demás?

+ Añadir categoría