



Guía de Estilo sobre Aporofobia y Discurso del Odio: Comunicar sin discriminar



EUROPEAN ANTIPOVERTY NETWORK ES



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL

**Guía de Estilo
sobre Aporofobia
y Discurso
del Odio:
Comunicar
sin discriminar**



- 1. Prólogo.**
Hacia una comunicación inclusiva.
- 2. Aporofobia y discurso de odio.**
Definición de conceptos.
- 3. La comunicación inclusiva en los medios de comunicación... y en tus Redes Sociales.**
Guía práctica/rápida/de bolsillo para comunicar sin discriminar.
- 4. ¿Qué hacer ante el odio y la aporofobia?**
Herramientas a tu alcance para actuar frente a un delito de odio.
- 5. Otras guías de referencia sobre el tratamiento informativo de colectivos y personas en riesgo de exclusión.**

European Anti-Poverty Network (EAPN) es una Plataforma Europea de Entidades Sociales que trabajan y luchan contra la Pobreza y la Exclusión Social en los países miembros de la Unión Europea. La EAPN busca permitir que aquellas personas que sufren la pobreza y la exclusión social puedan ejercer sus derechos y deberes, así como romper con su aislamiento y situación, y tiene como objetivo principal situar ambas cuestiones en el centro de los debates políticos de la Unión Europea.

En España, la Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en el Estado Español (EAPN-ES) es una organización horizontal, plural e independiente que trabaja para trasladar este objetivo

a la realidad española y por incidir en las políticas públicas, tanto a nivel europeo como estatal, autonómico y local. Actualmente está compuesta por 19 redes autonómicas y 18 entidades de ámbito estatal, todas ellas de carácter no lucrativo y con un componente común: la lucha contra la pobreza y la exclusión social. En total, EAPN-ES engloba a más de ocho mil entidades sociales en todo el Estado.

Entre nuestros objetivos, al igual que entre los objetivos de EAPN en Europa, se encuentra el de implantar un método de trabajo en Red para trabajar de manera conjunta y aunar esfuerzos para la consecución de mayores y mejores resultados en la lucha por la erradicación en España de la pobreza y la exclusión social.

TÍTULO: Guía de estilo sobre aporofobia y discurso del odio: comunicar sin discriminar

COORDINACIÓN: Jonás Candalija

AUTORES: Sara Abella, Jonás Candalija, Xosé Cuns, Nuria Tendeiro y Alma Toranzo

COLABORACIÓN: Natalia Monje

FECHA: Diciembre 2020



EUROPEAN ANTIPOVERTY NETWORK ES

EAPN ESPAÑA

C/Tribulete, 18 Local

28012 Madrid

Teléfono: 91 786 04 11

eapn@eapn.es

www.eapn.es

Se permite la reproducción total o parcial de este documento siempre y cuando se citen las fuentes, respetándose el contenido tal y como está editado sin ningún tipo de tergiversación o cambio.



Esta publicación ha recibido el apoyo económico del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, dentro del Programa de subvenciones con cargo a la asignación tributaria del I.R.P.F. Programa *Sensibilización contra la pobreza y derecho al empleo* (Expediente: Exp.101/2019/190/2) La información contenida en la publicación, no refleja la posición oficial del Ministerio.

1. Prólogo.

Hacia una comunicación inclusiva

Las palabras construyen afirmaciones que generan realidad. Y la realidad que se transmite a través de los procesos de comunicación puede crear sociedades de consenso y respeto, o de miedo y discriminación hacia las personas diferentes. Las palabras inclusivas crean realidades inclusivas, y por tanto, la comunicación inclusiva contribuye a la incorporación de la diversidad, rompiendo con discursos discriminatorios y falsedades que generan miedo y rechazo hacia los/as otros/as. El odio, los bulos, los estereotipos, las fobias y el desconocimiento hacia lo diferente dividen y fracturan el clima de convivencia social necesaria.

Esta guía tiene como objetivo servir de documento de base para la comunicación inclusiva. Tratamos con ella de facilitar que los procesos informativos y divulgativos incorporen lenguajes, visiones, contextos, perspectivas y narrativas no discriminatorias que rompan con las visiones sesgadas y/o estereotipadas de la pobreza y la exclusión social. Nuevas formas de representar la realidad social son posibles, y las entidades de acción social contribuimos a ello con herramientas y propuestas de comunicación respetuosas con los procesos de inclusión y de diversidad.

La Guía de Estilo sobre Aporofobia y Discurso del Odio: Comunicar sin discrimi-



nar de EAPN-ES pretende evitar enfoques superficiales y articular un documento de apoyo para que periodistas, editores/as, comunicadores/as, interlocutores/as, representantes políticos/as y de la administración, así como el público en general, ofrezcan un tratamiento preciso e inclusivo de la realidad de la pobreza, la exclusión, la diversidad social y cultural y también de las personas que las protagonizan.

De forma más específica, consideramos necesario que los medios de comunicación dediquen un esfuerzo mayor de formación y actualización regular entre sus profesionales sobre la realidad de la diversidad, la discapacidad, la interculturalidad, las minorías, las migraciones, el lenguaje inclusivo, la pobreza y la exclusión social; así como de generación de narrativas desde la inclusión social.

La diversidad no es un problema ni amenaza, sino una oportunidad para la socie-



dad. Enfoques de la realidad de pobreza y/o exclusión social sin informar de alternativas que promueven la convivencia, refuerzan los estereotipos negativos y promueven el miedo y la señalización. Por ello, pedimos desde estas páginas que instituciones, Administración, personas generadoras de opinión pública, representantes de partidos políticos, líderes sociales y culturales, y sociedad en general generemos lenguajes y discursos desde la inclusión, que favorezcan un conocimiento más diverso y preciso de la realidad para colaborar en la convivencia y cohesión social necesaria. Con esta guía, EAPN-ES os invita a comunicar sobre pobreza y exclusión social desde un enfoque inclusivo con las personas en situación de mayor vulnerabilidad.

2. Aporofobia y discurso del odio.

Definición de conceptos

Prejuicios, estereotipos, discriminación y aporofobia son conceptos que suelen entrelazarse en el discurso de odio y se hace realmente difícil entenderlos por separado.

Los estereotipos, en primer lugar, son el conjunto de ideas y creencias que se asocian a los miembros de un grupo social y que no se corresponden necesariamente con la realidad. La desventaja de los estereotipos radica en que simplifican las características de un grupo de personas. Es decir, se dice que todas las personas que forman parte de ese grupo son iguales en algo, cuando cada cual tiene una manera de ser diferente.

Nacen por la falta de información que se tiene de la persona o grupo al que se está refiriendo. Dada la comodidad que impli-

ca no cuestionar las cosas, es muy fácil que las personas los apliquen rápidamente y se hagan este tipo de atribuciones.

Estereotipo positivo

Las personas atractivas tienen más seguridad en sí mismas

Estereotipo neutro

Los ciudadanos madrileños usan más la motocicleta

Estereotipo negativo

Las personas creyentes son más débiles de mente

Aunque normalmente nos referimos a ellos como algo negativo, realmente no tienen por qué serlo. Aunque sí se trata de un elemento peligroso, por la facilidad que tiene de propagación y por su esencia misma, ya que reduce las múltiples características de un grupo de personas a unas cuantas resaltables, aplicándolas a todo el grupo cuando no tienen por qué ser verdaderas.

Por su parte, **los prejuicios** implican percepciones y opiniones, que suelen estar basadas en estos estereotipos. El prejuicio se puede definir como una actitud hostil y desconfiada hacia alguna persona que pertenece a un colectivo, por el simple hecho de pertenecer al mismo. Se trata de una actitud, por lo que está conformada a base de sentimientos, emociones y creencias estereotipadas.

Los estereotipos y los prejuicios cobran importancia ya que condicionan la manera de interpretar la realidad. Normalmente tendemos a pensar que la realidad es la que es de forma objetiva y así la percibimos y la entendemos. Pero realmente ocurre a la inversa: Las personas tenemos unas creencias y concepciones, que funcionan como un filtro en la percepción y nos hacen entender la realidad de una forma u otra.

Tanto es así que somos más receptivos a aquellas informaciones que confirman nuestras creencias e ideas. *Vemos lo que queremos ver o lo que hemos aprendido a ver*, al mismo tiempo que a aquellos hechos que podrían derrumbar nuestros estereotipos y prejuicios no les hacemos apenas caso. Esta es la razón principal por la que estas creencias y generaliza-

ciones son tan persistentes en el tiempo y difíciles de cambiar.

Relacionado con esto, existe otro fenómeno que lleva por nombre “*efecto Pigmalión*” o profecía autocumplida, que también nos llevará a comprender el concepto de discriminación. Según este efecto, si tratamos a las personas de algún grupo estereotipado como si fueran ciertas esas características que lo forman, con el tiempo algunas personas de ese mismo grupo se acabarán comportando precisamente de acuerdo con esas características.

Un ejemplo podría ser que en un municipio donde el vecindario cree que las personas migradas no quieren integrarse, este no interactúa ni se relaciona con ellas. Una consecuencia de este comportamiento es precisamente la no integración de las personas migradas.

A partir de este fenómeno, entraríamos ya en el siguiente concepto. Mientras los estereotipos y los prejuicios “solo” implican creencias, emociones, percepciones y opiniones, **la discriminación** se produce cuando estas se convierten en una



acción, actitud o conducta concreta que suele estar basada en esos estereotipos y prejuicios.

Prejuicios y discriminación son dos conceptos que van muy ligados y que podrían llegar a ser confundidos. La diferencia principal entre el prejuicio y la discriminación, es que el primero implica percepciones y opiniones, y cuando se habla de discriminación, es porque estas opiniones y percepciones ya se consumaron en una actitud o una conducta, es decir, tuvieron como consecuencia una acción concreta. Aunque ciertamente no son lo mismo, suelen ir de la mano.

Estereotipo

Pienso:
“son incívicos”

Prejuicio

Siento:
“desconfianza
o rechazo”

Discriminación

Actúo:
“no le alquilo
la vivienda”

Vemos aquí cómo la forma en que interpretamos nuestro entorno y las informaciones que se nos proporcionan sobre el mismo pueden llegar a tener consecuencias reales y verdaderamente negativas para personas y/o grupos.

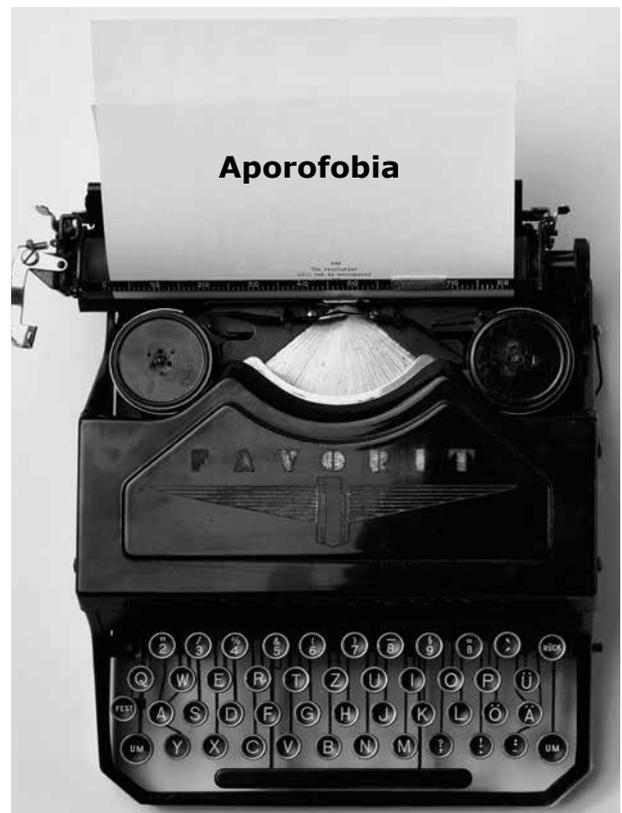
En este sentido, es fundamental tener en cuenta que, aunque en ocasiones algunos estereotipos se corresponden con los comportamientos reales de algunas personas, y que incluso en su día se pudieron crear basados en experiencias reales, no podemos hacer generalizaciones ya que siempre habrá una parte del colectivo cuyo comportamiento es diferente a lo que informa el estereotipo. Al mismo tiempo, conforme avanzan las sociedades también lo hacen, o deberían hacerlo, las personas, por lo que las características de las que nos hablan los estereotipos no son tampoco estáticas en el tiempo.

Las situaciones que ponen de manifiesto estas falsas creencias son tantas que sería imposible nombrarlas todas. Incluso aunque pudiéramos nombrar unos cuantos estereotipos, existen aquellas etiquetas que ponemos a las personas en su entorno social y que son tan cotidianas y fáciles de adjudicar que nos habituamos a ellas, se vuelven prácticamente invisibles para la sociedad, aunque no para el colectivo que las sufre.

Aporofobia es una palabra de reciente creación, que significa odio o rechazo a la persona pobre por el simple hecho de serlo y que se plasma en el modo de pen-

sar y de actuar. Se trata de una disfunción social que refuerza la discriminación que sufren las personas que se encuentran en una situación de pobreza.

El término apareció por primera vez en publicaciones de la filósofa Adela Cortina, que lo creó para poder diferenciar este fenómeno de la xenofobia. Entre las razones que se pueden encontrar detrás de la aporofobia se encuentran algunas ideologías, que basadas en la meritocracia, presuponen que estar o no estar en una situación de pobreza depende fundamentalmente de la actitud de cada persona y de su fuerza de voluntad, por lo que llevan a despreciar a las personas en esta situación.





Esto, además de ser falso (los mejores predictores de pobreza son variables que escapan al control del individuo: la renta familiar, el país de nacimiento, la salud de los padres, etc.), reproduce un discurso que favorece la marginación de las personas en situación de pobreza o exclusión social.

Otra posible causa de la aporofobia puede ser la falta de contacto directo, lo cual hace que la visión que se tiene de ellas se base en los prejuicios, los estereotipos e incluso una criminalización que reproducen algunos agentes políticos, medios de comunicación o redes sociales.

El discurso de odio online se alimenta de la aporofobia, creando sinergias muy difíciles de erradicar en el entorno digital, dada su propia configuración y naturaleza. Este discurso es un fenómeno al alza en España y en el mundo. No hay más

que ver la difusión de bulos y fake news relativos a menores no acompañados o migrantes para comprender la magnitud de un problema que es difícil de atajar por su complejidad.

Cada día, vemos ejemplos de la facilidad con que la difusión del odio por las plataformas digitales sobrepasa los mecanismos de control incluso gubernamental, para encontrar acomodo en la opinión pública, con ejemplos diarios que muestran el daño que este fenómeno provoca en las personas que tienen mayor nivel de indefensión o capacidad de respuesta.

Twitter, Youtube, Facebook o WhatsApp son las principales plataformas para la difusión de discursos de odio y sus víctimas, en su mayoría, la población más vulnerable. Las propias empresas tecnológicas se comprometieron recientemente a aumentar los controles, utilizando



inteligencia artificial y herramientas de verificación o mecanismos de control por la comunidad, pero son insuficientes dada la propia naturaleza de la propia tecnología y los generadores de odio, que encuentran un espacio abierto y supuestamente anónimo para la proliferación de sus mensajes. El efecto multiplicador de las redes sociales permite convertir un determinado mensaje en un fenómeno de transmisión exponencial (viralizaciones), muy difíciles de atajar o suprimir.

Los blancos preferidos de los 'odiadores profesionales' pueden ser personas extranjeras, pero también las mujeres, personas LGTBI, gitanas, personas con discapacidad, personas sin hogar, gordos, flacos... En función del contexto, se adaptan los mensajes, para pasar al ataque online a través de las redes sociales principalmente. No les importa difundir

noticias falsas o generalizaciones, si sirven para reforzar sus argumentos.

En este sentido, Internet ha permitido aumentar un fenómeno que hasta hace poco era desconocido o poco analizado. No importa que lo que se difunda sea falso, lo que se busca es un refuerzo o confirmación de su prejuicio o estereotipo. Conociendo su falsedad, lo comparte y difunde, contribuyendo al andamiaje ideológico del discurso de odio. Un falseamiento de la realidad que contribuye al enfrentamiento, que aún está en proceso de ser analizado en profundidad, y cuyas consecuencias se están viendo en la actualidad.

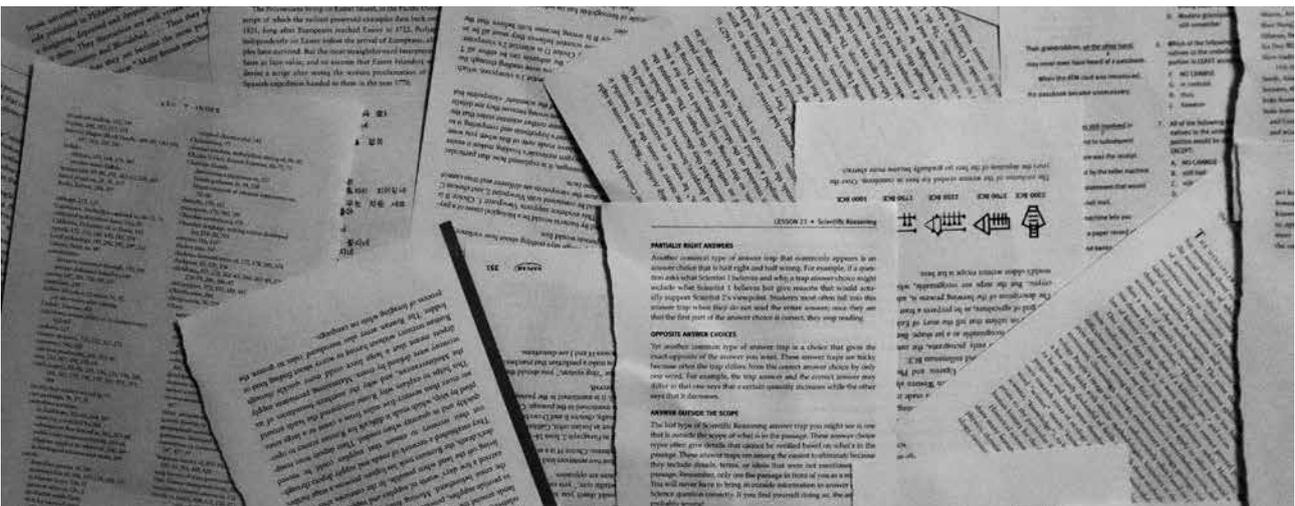
La sensación de impunidad en el entorno digital y la propia idiosincrasia de Internet, posibilitan la distorsión del discurso porque la mayoría de personas compartimos información sin tomar el tiempo de leerlo bien y de contextualizar la publicación.

La proliferación de noticias falsas ‘fake news’ merece un capítulo aparte. Historias prefabricadas o mera propaganda es disfrazada de información para desinformar y engañar. El crecimiento de las redes sociales, las apps de mensajes y las páginas webs, permiten una propagación más rápida de las noticias falsas, atacando directamente la línea de flotación de la dignidad de las personas en situación de vulnerabilidad. Este fenómeno afecta directamente a nuestra percepción, conduciendo a su desprestigio o enaltecimiento de posturas aporofóbicas o discriminatorias, que después son más difíciles de atajar o erradicar.

Frenar y controlar las noticias inventadas, se ha convertido en un objetivo prioritario para los gobiernos europeos. En enero de 2018, la Comisión Europea designaba un Grupo de Alto Nivel sobre ‘fake news’ y desinformación. En abril, el Ejecutivo comunitario presentó una batería de medidas frente a la desinformación

online. Entre ellas, pedía a las distintas plataformas digitales (Google, Facebook o Twitter) la adopción de un código voluntario de buenas prácticas, así como la creación de una red europea independiente de fact-checkers o verificadores, así como la dotación de apoyo financiero a nivel europeo y estatal al periodismo de calidad.

Algunas entidades de la Red EAPN, tienen campañas específicas destinadas a sensibilizar sobre la problemática de la proliferación de bulos y noticias falsas sobre la población migrante, ya que consideran que este es uno de los principales problemas a los que se enfrentan actualmente en el marco de la defensa de sus derechos y libertades, seriamente amenazados por el crecimiento descontrolado en los últimos años del odio online, gracias al soporte tecnológico que ofrece Internet y el avance exponencial de las redes sociales y plataformas digitales.



3. La comunicación inclusiva en los medios de comunicación y en tus redes sociales.

Guía rápida para comunicar sin discriminar

EAPN-ES tiene una larga tradición en la elaboración de guías de estilo sobre cómo informar sobre personas y grupos de población en situación de exclusión.

Los medios de comunicación deben desempeñar un papel importante en la construcción de una sociedad comprometida con la inclusión social. Tienen el poder y la capacidad de influir en la opinión pública, concienciar a la sociedad y fomentar la reflexión y el conocimiento de la realidad. En este apartado, se proponen planteamientos, términos y prácticas que ayuden a describir de manera adecuada la realidad en la que viven las personas en riesgo de exclusión social y pobreza, obviando prejuicios y estereotipos que, como hemos visto, crean una falsa percepción y obstaculizan la inclusión social.

Se pretende que el proceso periodístico de recogida de información, elaboración de la noticia y difusión de la misma sea imparcial y efectivo, y que el lenguaje empleado para referirse a las personas en situación de mayor vulnerabilidad sea inclusivo y se libere de la fuerte carga peyorativa que a menudo le acompaña.

Estos son algunos de los prejuicios y estereotipos más frecuentes referidos a las

personas en situación de exclusión social y pobreza:

- Son pobres porque son delincuentes.
- Son pobres porque no son inteligentes, no tienen capacidad.
- Son pobres porque no quieren hacer nada para salir de su situación, les gusta vivir de esa manera.
- Son pobres porque se lo merecen.
- Son gente ociosa y vaga.
- Abusan del sistema.
- Son gente inculta e ignorante.
- No se puede hacer nada por cambiar su situación, ya no tiene arreglo...

Esta peligrosa simplificación de la pobreza y la exclusión, se aleja mucho de las causas que llevan a una persona a vivir en esta situación.

¿Cómo debemos comunicar sobre la pobreza y la exclusión?

- Se deben evitar todos aquellos planteamientos que muestren a las personas empobrecidas como indignas, **que culpabilicen «a la persona en situación de pobreza por ser pobre»**, y que la acusen de «aprovecharse de los recursos sociales», como si éstos fueran meras ayudas, y no derechos.



- La pobreza está en la estructura del sistema en que vivimos y es cuestión de voluntad política erradicarla. Antes de la crisis de 2008, España contaba con una pobreza estructural del 20% de su población.
- La Constitución Española, la Carta Social Europea, el Pilar Europeo de Derechos Sociales y Naciones Unidas confieren a las personas de derechos sociales fundamentales, por lo que las ayudas públicas no son 'paguitas' sino derechos sociales de las personas.
- Las personas no son pobres, la pobreza no puede convertirse en adjetivo calificativo, se trata de un proceso social, una situación y/o un problema social no consustancial al ser humano per se. Por tanto, hablamos de

personas en situación de pobreza, en riesgo de pobreza o en situación de mayor vulnerabilidad, pero no de personas pobres.

- Es pobre pero honesto/a», «pobre pero trabajador/a»... Este tipo de afirmaciones legitiman la asociación entre pobreza y delincuencia, pobreza y pereza, confinan a las personas en situación de pobreza al lugar de «amenazas al orden público».
- Referirse a las personas en situación de pobreza como personas incapaces o sumisas, inútiles, o asociarlas con características morales negativas es demagógico. No se hace cuando se habla de personas de la clase media o alta, sin embargo, cuando se habla de personas empobrecidas se suele moralizar.

Recomendaciones

- Evitar los estereotipos y lugares comunes en relación a la pobreza.
- Reflejar otras realidades, tanto generales como particulares. La pobreza tiene múltiples formas de expresión, y debería ser representada en toda su diversidad.
- Ser exhaustivos y contextualizar al referirse a vidas de personas que atraviesan situaciones de pobreza.
- No proporcionar imágenes estereotipadas de personas aisladas, sucias, vagas, descuidadas o pidiendo limosna, ni de personas con actitudes hostiles hacia los demás o con objetos estigmatizadores como botellas, cartones, etc.
- Utilizar imágenes que dejen traslucir, en lo posible, los gestos y los sentimientos de las personas en situación de exclusión, a modo de primeros planos, pues la cercanía del fotógrafo ya rompe con el mito de la persona excluida-intratable-temida-hostil.
- Utilizar también imágenes en las que se muestren las relaciones que estas personas establecen con los demás, es decir, en las que aparezcan estas personas junto a otras, estén o no éstas últimas en situación de exclusión.





- Ofrecer a las personas la posibilidad de que la imagen que de ellas aparezca en los medios de comunicación no sea reconocible.
 - Respetar la identidad de los/as menores siempre y conforme a la Ley de Protección del menor.
 - Utilizar múltiples fuentes de información para ofrecer una visión completa y no parcial.
 - Informar señalando ideas y objetando prejuicios, con datos estadísticos provenientes de fuentes fiables y testimonios de personas afectadas, que den una mirada crítica y reflexiva sobre la pobreza.
 - No asociar a las personas en situación de pobreza y a las migrantes con la ilegalidad, como si fuera ésta una relación natural.
 - Se puede informar de la pobreza y la exclusión resaltando las capacidades de las personas. En ocasiones, bajo el pretexto de «la denuncia» y de «dar visibilidad», se realiza un espectáculo mediático en el que se daña la intimidad y la dignidad de las personas cuya problemática se está presentando.
- Cuando se informa de la pobreza se hace referencia a situaciones enormemente difíciles, y recordar que quienes viven en la pobreza están viendo vulnerados sus derechos, pero no por eso dejan de tenerlos.

No digas

Mejor emplea

Sujetos que sufren, padecen, están afectados por..., minusválidos, impedidos, disminuidos, paralíticos, subnormales, deficientes, discapacitados, inválidos, inútiles, cojos...

▶ Hay que señalar: personas/niños/adultos con discapacidad (física)

Los sordos, sordomudos / invidentes / sordo ciego

▶ Personas sordas / Personas ciegas / Personas con sordoceguera

Postrado/a en una silla de ruedas

▶ Usuario/a de silla de ruedas

Subnormales, deficientes, retrasados...

▶ Personas con discapacidad intelectual / personas con Síndrome de Down (según el caso)

Enfermo mental, trastornado, perturbado, psicópata, demente, ...

▶ Personas con enfermedad mental o persona con problemas de salud mental

Esquizofrénico/a, depresivo/a, maníaco/a, anoréxico/a, psicótico/a, ...

▶ Persona con esquizofrenia/depresión o persona que tiene esquizofrenia

Enfermedad mental, trastorno mental o enfermedad psiquiátrica

▶ Problema de salud mental

Autista

▶ Personas con Autismo

Persona con Daño Cerebral Sobrevenido

▶ Persona con Daño Cerebral Adquirido

Lenguaje de signos

▶ Lengua de signos

Reclusión, internamiento, cierre

▶ Ingreso en... (centro u hospital)

Mendigo, marginales, vagabundos, indigentes, transeúntes, perezosos, abusan del sistema. Pobres, excluidos, personas sin hogar, vulnerables

▶ Empobrecidos/as, personas en situación de exclusión, personas en situación de pobreza o personas en situación de vulnerabilidad

Viejos, ancianos, decrépitos, pasivos, cargas, ...

▶ Mayores, personas mayores, personas de edad avanzada, tercera y cuarta edad, abuelos/abuelas, jubilados/as, personas en situación de dependencia

No digas

Mejor emplea

Ilegales, clandestinos, sin papeles (términos ética y jurídicamente incorrectos)	▶ Personas en situación irregular, personas sin autorización de residencia/de trabajo y residencia
Problema, amenaza, bomba de relojería	▶ Oportunidad, reto, realidad irreversible, contribución social y económica
Oleadas de pateras, mareas de inmigrantes, avalanchas (idea de invasión)	▶ Entrada, llegada
Persona de color, moreno	▶ Persona negra / negroafricana / afrodescendiente
Colectivo gitano	▶ Comunidad gitana
Raza	▶ Etnia
Clan	▶ Familia extensa, grupo familiar, linaje
Patriarca/matriarca	▶ Hombre/mujer de respeto ('tío'/'tía')
Reyerta	▶ Conflicto, enfrentamiento, discusión
Nomadismo	▶ (La mayoría de la comunidad es sedentaria)
Supermercado de la droga	▶ Poblado
Abusos deshonestos, actos de lujuria	▶ Abuso sexual infantil
Niños de la calle	▶ Niños/as y adolescentes en situación de calle
Menor, menores (adjetivos de uso policial o judicial, discriminatorio)	▶ Niños, niñas y adolescentes. Juventud.
Delincuente, inadaptados sociales, antisociales, bandido, pandillero, agresor, peligroso, marginal, violento, ...	▶ Niños/as y adolescentes en conflicto con la ley penal o infractores de la ley penal.
Prostitución infantil, menores que se prostituyen. Niñas o adolescentes prostitutas/trabajadoras sexuales	▶ Explotación sexual infantil. Violencia Sexual Comercial contra niños, niñas y adolescentes. Víctimas de violencia sexual comercial o abuso sexual

No digas

Mejor emplea

Servicio sexual, trabajo sexual, trabajadora sexual, trabajadora del sexo	▶ Víctima de explotación sexual, de trata de personas
Trata de blancas	▶ Trata de personas
Prostituta. Cliente	▶ Mujer prostituida. Prostituyente/proxeneta
Pandemia/epidemia/ola de suicidios	▶ Suicidio
Operación de cambio de sexo	▶ Proceso de reasignación de sexo
Los transexuales, travesti, ... (no substantivar y/o confundir identidad sexual con orientación sexual u otros)	▶ Hombre/mujer/persona transexual
Presas/os, encarceladas/os, reclusos/as Indigentes, mendigos, vagabundos, ...	▶ Personas privadas de libertad
Virus del SIDA	▶ Persona sin hogar / que vive o duerme en la calle / sin techo (referido a personas que viven en la calle)
Los que padecen SIDA, portador del SIDA	▶ No existe ningún virus del SIDA. El virus relacionado con el SIDA se llama VIH
Contraer SIDA, persona infectada de SIDA	▶ VIH-positivo, infestado/a con el VIH, persona que vive con VIH/SIDA
Grupo de riesgo o de transmisión	▶ El SIDA no se contrae, representa la fase final de la infección por VIH. Persona afectada con el VIH, la persona no se infecta con el SIDA. Conducta de riesgo. El riesgo es en función de la conducta, no del grupo de personas.

4. ¿Qué hacer ante el odio y la aporofobia?

Herramientas prácticas

Revisemos primero el concepto de 'Discurso de odio' ya que existen múltiples definiciones del mismo y puede llegar a ser confuso. Aunque tengan elementos en común, en este documento, cuando hablamos de discurso de odio nos referimos a:

"...el uso de una o más formas de expresión específicas –por ejemplo, la defensa, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos o estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones– basada en una lista no exhaustiva de características personales o estados que incluyen la raza, color, idioma, religión o creencias, nacionalidad u origen nacional o étnico al igual que la ascendencia, edad, discapacidad, sexo, género, identidad de género y orientación sexual". Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI).

El discurso de odio, al igual que los prejuicios y estereotipos en los que se basa, utiliza argumentos varios, con expresiones diversas y con diferentes niveles de gravedad. Ha encontrado en Internet



una herramienta ideal de difusión masiva (anonimato e impunidad), y, al igual que los estereotipos y sobre todo en situaciones de crisis económica y social, cala en la población general con mucha facilidad.

Como decimos, **dentro del abanico del discurso de odio se encuentran diferentes grados.** Habría una parte que se considera discurso intolerante y discriminatorio pero que está amparado por la libertad de expresión, por lo que no tendría consecuencias jurídicas, aunque sí merezca ser combatido por otras vías. Por otra parte, está el discurso de odio "punible" (delitos de odio), que sí que tiene consecuencias penales.

Los siguientes elementos son claves para reconocer delitos de odio, que pretenden facilitar la identificación de los mismos, pero no quiere decir que se requieran todos o que la existencia de uno solo sea

suficiente para hablar de un delito de discurso de odio:

- **La motivación de la persona que lo lleva a cabo** es el elemento central. La complicación de este aspecto se encuentra en identificar los prejuicios que llevan a la persona a actuar, ya que se trata de “actitudes mentales” que pertenecen a la esfera íntima de cada uno y una. En principio, en Europa parece estar aceptado que solo con la percepción de la persona victimizada de que el motivo del delito pueda estar motivado por racismo, xenofobia, homofobia, etc., debe ser suficiente para orientar la investigación para confirmar o no dicha motivación.
- **Comentarios, vestuario, declaraciones escritas o grafitis, etc.** Las personas que llevan a cabo delitos de odio suelen expresar sus prejuicios antes, durante o después del mismo. En la mayoría de delitos de odio las palabras o símbolos usados son un indicador muy fiable de que el delito está profundamente relacionado con sus prejuicios.
- **Lugar y tiempo.** Si se lleva a cabo por ejemplo, en un lugar de culto, un establecimiento frecuentado por un determinado colectivo, un lugar “simbólico” por la historia o para la identidad de un grupo, etc., esto nos proporciona información valiosa para identificar las motivaciones del mis-

mo. Y lo mismo sucede con los días y fechas significativas para la comunidad o grupo atacado o para los perpetradores (por ejemplo, días de oración para las personas musulmanas, sábados para las personas judías o el día del pueblo gitano para el grupo atacado, o el día del nacimiento de Adolf Hitler para las atacantes).

- **Gratuidad de los hechos.** La alarma debe saltar cuando hechos violentos contra personas que pertenecen a un colectivo minoritario se producen con aparente gratuidad, es decir, que resulta difícil encontrar el motivo del acto delictivo.

Estos puntos son clave si pretendemos “extraer” los prejuicios que se encuentran detrás de un delito de odio. Sin embargo, a la hora de **identificar discurso del odio**, en sentido amplio (incluyendo el que es delito y el que no) podemos ayudarnos viendo los siguientes elementos:

- **El contenido y la forma.** ¿Se trata de un mensaje hostil y/o agresivo hacia otra persona, grupo o comunidad? ¿Contiene insultos o comentarios deshumanizadores?
- **Motivación del emisor.** ¿El comentario o expresión tiene como objetivo comunicar al otro que no es aceptado como igual?
- **Contra quien va dirigido.** ¿Se emite contra una persona o perso-



nas por pertenecer a un grupo o colectivo por sus características o condiciones personales?

Por último, para definir la gravedad y peligrosidad de una manifestación de odio y ver si puede llegar a ser considerada delito, existen los siguientes elementos adicionales:

- El **clima económico, social y político** en el momento, ya que según el contexto, ciertos mensajes pueden no causar daños graves o ser realmente peligrosos para la convivencia.
- El **alcance o nivel de difusión** que la expresión pueda tener ya que cuanto mayor alcance tenga, más daño puede producir.
- La **condición del emisor**, en el sentido de que posiciones como la de representante política o periodistas también tienen un papel importante en la difusión e impacto del discurso.

Llegados a este punto conviene aclarar que, como decíamos antes, aun cuando el discurso de odio está amparado por la libertad de expresión y no es un delito, es necesario combatirlo por otras vías, con otras herramientas.

Existen diferentes maneras, adaptables a cada situación, pero en esta guía nos centraremos en la **construcción de un discurso alternativo al odio**.

El discurso alternativo es una forma de intervención opuesta al discurso de odio. Como tal, está basado en el enfoque de derechos humanos, la interculturalidad y en valores como la empatía, la tolerancia y la igualdad. Se trata pues, de una herramienta crucial para deslegitimar el discurso de odio.

Una narrativa es la forma de contar e interpretar eventos conectados, es la base que se encuentra detrás de una anécdota en la que alguien cuenta, por ejemplo, que no ha obtenido la beca comedor del colegio de su hijo porque todas se las han llevado hijos de personas migrantes.

No se trata de una anécdota cualquiera ya que el mensaje que esconde es que las personas migrantes vienen a aprovecharse de los servicios sociales. A pesar de que los datos desmienten esta narrativa, se da por hecho que un supuesto "nosotros" trabaja y paga impuestos, mientras que los "otros" no trabajan, utilizan los servicios sociales y se llevan la mayoría de las ayudas.

	Contranarrativas	Narrativas alternativas
Objetivos	Confrontar una narrativa de forma directa, haciendo mención a ella y ofreciendo contraargumentos. Surge en oposición a una narrativa ya existente.	Se trata de una nueva narrativa, de difundir una visión alternativa de la sociedad, basada en los derechos humanos y la interculturalidad.
Alcance	Comentario específico/ Corto plazo.	Visión alternativa/Largo plazo.
A quién va dirigida	A quien tiene ya una opinión extrema o quien pueda simpatizar con ella.	A la sociedad en general.
Ejemplos	Un mensaje que desmonta un rumor relativo a un grupo determinado en un foro de un diario digital. Una pintada que celebra la diversidad sobre una pintada con contenido racista.	Un documental sobre las vidas de las personas refugiadas. Una campaña que promueve los derechos humanos.

Sería poco realista creer que se puede erradicar el discurso de odio por completo, sobre todo en internet. Pero sí que es realmente importante propagar este tipo de discurso alternativo para evitar que los "haters" y "trolls" ocupen todo el espacio de opinión en los foros. Para cumplir realmente con su función, tanto las narrativas alternativas como las contranarrativas, deben seguir estos criterios:

- **Ni odio ni violencia.**
- **La base es la dignidad humana.** Mensajes como que las personas

migrantes contribuyen a "dinamizar la economía local" o a "hacer frente al envejecimiento de la población" pueden ser contraproducentes, ya que fomentan mirar a las personas desde un punto de vista economicista.

- **Posicionamiento propio.** Es necesario reflexionar sobre los propios prejuicios, preguntarse sobre los elementos que definen la propia identidad y los privilegios que pueden ir asociados. Una vez hecho este ejercicio, hay que hablar "en defensa de", no "en nombre de".



- **No generalizar ni señalar nuevos chivos expiatorios.** Según los expertos, hay que tener cuidado cuando identificamos responsabilidades específicas sobre un determinado problema social, generalizaciones y argumentos como “El problema no son los inmigrantes, sino los políticos”, no desafían las causas y las emociones que están en la base del discurso de odio. El patrón se seguirá repitiendo, aunque centrándose en otro objetivo.
- **Pensamiento crítico.** Una buena forma de responder al odio es promoviendo el pensamiento crítico y el diálogo constructivo, aportando nuevos elementos al debate y otros puntos de vista.

Si queremos pasar al siguiente nivel y aumentar la eficacia de nuestra intervención, debemos prestar atención también a los siguientes puntos:

- Debemos ser conscientes de a quién va dirigido el mensaje. Nuestro público principal es la denominada “mayoría silenciosa”, no los haters o los troles.
- No solo datos. Aunque utilizar datos verificados es una buena manera de responder al odio, mensajes que apelan a la empatía suelen ser más eficaces.
- Mejor con gracia. El humor y el sarcasmo son buenos aliados contra el discurso del odio.

Herramientas a tu alcance para actuar frente a un delito de odio

Las víctimas de delitos de odio o aporofobia con frecuencia desconocen los recursos disponibles para denunciar la vulneración de sus derechos. En este punto, las entidades sociales deben ser un punto de apoyo de asesoramiento.

La atención jurídica, psicológica y social debe adaptarse a las características específicas de las personas que han sufrido un delito de odio.

Los servicios sociales, los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado y las entidades sociales deben capacitarse en la atención de estos delitos, ya que son uno de los puntos más débiles y fáciles de vulnerar en los procesos de inclusión social de las personas en situación de pobreza o exclusión, perpetuando el estigma y la discriminación.

En este sentido, es imprescindible que la opinión pública y la ciudadanía adopten un papel proactivo contra la aporofobia, conformándose como una barrera para la defensa de los derechos de las personas que tienen más difícil ejercerlos. La denuncia ciudadana de las discriminaciones que es necesaria para erradicar los estereotipos, la discriminación y visibilizar situaciones de injusticia que permanecen ocultas.

Campañas como **Contraporofobia** son imprescindibles para identificar la aporofobia y el discurso del odio y así poder adoptar medidas que contrarresten el efecto nocivo de la desinformación, así como para conocer los recursos disponibles para hacerles frente y animar a la ciudadanía a asumir un compromiso social en la lucha contra la pobreza y la exclusión social.



Luchando contra los estereotipos, prejuicios y discriminación

Estereotipos
 Conjunto de ideas y creencias que se asocian a los miembros de un grupo social y que no se corresponden necesariamente con la realidad.
 No tienen porqué ser negativos, pero si son peligrosos, por la facilidad de propagación y por reducir las múltiples características de las personas a unas cuantas resaltables, aplicándolas a todo el grupo cuando no tienen por qué ser verdaderas

Prejuicios
 Implican percepciones y opiniones que suelen estar basadas en estereotipos. Es una actitud hostil y desconfiada hacia alguna persona que pertenece a un colectivo, por el simple hecho de pertenecer a él. Se trata de una actitud, por lo que está conformada en base a sentimientos, emociones y creencias estereotipadas

Discriminación
 Acción, actitud o conducta concreta que suele estar basada en esos estereotipos y prejuicios.

Actúo: *No le alquilo la vivienda*

Efecto Pigmalión o Profecía autocumplida
 Según este efecto, si tratamos a las personas de algún grupo estereotipado como si fueran ciertas esas características que lo forman, con el tiempo algunas personas de ese mismo grupo se acabarán comportando precisamente de acuerdo con esas características. Un ejemplo podría ser que en un municipio donde se cree que las personas migradas no quieren integrarse, el vecindario no interactúa ni se relaciona con ellas. Una consecuencia de este comportamiento es precisamente la no integración de las personas migradas

Pienso: *Son incívicos*

Siento: *Siento desconfianza o rechazo*

CONDICIONAN LA MANERA DE INTERPRETAR LA REALIDAD

“ Frecuentemente, somos conscientes de nuestra realidad y nos centramos en los problemas que tenemos, pero desconocemos la realidad de otras personas que nos rodean. ”



Aporofobia
 Odio o rechazo a la persona pobre por el simple hecho de serlo que se plasma en el modo de pensar y de actuar.
 La crisis económica ha aumentado el miedo a la pobreza porque hemos visto que todos somos vulnerables. Sin embargo, convertir este miedo en rechazo supone otro proceso que anula la empatía, señalando a las personas en pobreza como culpables de la misma

- > **Sesgo Ideológico:**
 En este supuesto se cree que la pobreza no es fruto de unas condiciones estructurales que dejan a muchas personas en la cuneta, sino el resultado de un error y/o de la culpa individual. En esta ideología las personas en pobreza son percibidas como una amenaza, y la culpabilización permite que se las ignore y hasta se las persiga.
- > **Disonancia cognitiva:**
 Incomodidad que se siente al tener otras personas en situación de pobreza alrededor y no hacer nada por cambiar las situaciones de desigualdad. Ante esto la persona crea y se cree diferentes prejuicios simplemente para justificar esa falta de ayuda y rechazo
- > **Prejuicios por falta de contacto:**
 Falta de contacto directo con personas en situación de pobreza, lo cual hace que la visión que se tiene de ellas se base en los prejuicios, los estereotipos e incluso una criminalización.

Luchando contra los estereotipos, prejuicios y discriminación

Discurso de odio (en sentido amplio)

...el uso de una o más formas de expresión específicas –por ejemplo, la defensa, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos o estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones– basada en una lista no exhaustiva de características personales o estados que incluyen la raza, color, idioma, religión o creencias, nacionalidad u origen nacional o étnico al igual que la ascendencia, edad, discapacidad, sexo, género, identidad de género y orientación sexual.

Basado en prejuicios y estereotipos

Utiliza diferentes argumentos más o menos graves para propagarse

Internet es una herramienta ideal de difusión masiva

Cala en la población general con mucha facilidad

Claves para reconocer discurso de odio

Incluyendo el que es delito y el que no

El contenido y la forma. ¿Se trata de un mensaje hostil y/o agresivo hacia otra persona, grupo o comunidad? ¿Contiene insultos o comentarios deshumanizadores?

Motivación del emisor. ¿El comentario o expresión tiene como objetivo comunicar al otro que no es aceptado como igual?

Contra quién va dirigido. ¿Se emite contra una persona o personas por pertenecer a un grupo o colectivo por sus características o condiciones personales?

Por último, para **definir la gravedad y peligrosidad** de una manifestación de odio y ver si puede llegar a ser considerada delito, existen los siguientes elementos adicionales

El clima económico, social y político en el momento, ya que según el contexto, ciertos mensajes pueden no causar daños graves o ser realmente peligrosos para la convivencia.

El alcance o nivel de difusión que la expresión pueda tener ya que cuanto mayor alcance tenga, más daño puede producir.

La condición del emisor, ya que posiciones como representante política o periodista también tienen un papel importante en la difusión e impacto del discurso.

Claves para reconocer delitos de odio

La motivación de la persona que lo lleva a cabo: En principio, esta aceptado que solo con la percepción de la persona victimizada de que el motivo del delito pueda ser racismo, xenofobia, homofobia, etc., debe ser suficiente para orientar la investigación a confirmar o no dicha motivación.

Las palabras/símbolos usados son un indicador muy fiable de que el delito está profundamente relacionado con sus prejuicios. Las personas que llevan a cabo delitos de odio suelen expresar sus prejuicios antes, durante o después del mismo.

El lugar y el tiempo nos proporciona información valiosa para identificar las causas del mismo. Si se lleva a cabo, por ejemplo, en un lugar de culto, un establecimiento frecuentado por un determinado colectivo, un lugar "simbólico" por la historia o para la identidad de un grupo, etc. Y lo mismo sucede con los días y fechas significativas para la comunidad o grupo atacado o para los perpetradores.

Gratuidad de los hechos. La alarma debe saltar cuando resulta difícil encontrar el motivo del acto delictivo o hechos violentos contra personas que pertenecen a un colectivo minoritario.

Se combate a través de



Discurso alternativo

Esta parte del discurso de odio está amparado por la libertad de expresión

	Contranarrativas	Narrativas alternativas
Objetivos	Confrontar una narrativa de forma directa, haciendo mención a ella y ofreciendo contraargumentos. Surge en oposición a una narrativa ya existente	Se trata de una nueva narrativa, de difundir una visión alternativa de la sociedad, basada en los derechos humanos y la interculturalidad.
Alcance	Comentario específico/Corto plazo	Visión alternativa/Largo plazo
A quién va dirigida	A quien tiene ya una opinión extrema o quien pueda simpatizar con ella	A la sociedad en general
Ejemplos	Un mensaje desmontando un rumor sobre un grupo determinado en un foro digital. Una pintada celebrando la diversidad sobre otra racista	Un documental sobre las vidas de las personas refugiadas. Una campaña que promueve los derechos humanos

<h1 style="text-align: center;">CÓDIGO DE CONDUCTA EN LA COMUNICACIÓN DE LA POBREZA Y LA EXCLUSIÓN SOCIAL</h1>			<p><i>@EAPNGalicia</i></p> <p><i>Pobreza.gal</i></p>
		<p>CONTEXTUALIZAR MENSAJES E IMÁGENES PARA EVITAR VISIONES SESGADAS</p>	<p>DAR VOZ A LAS PERSONAS, PERMITIR QUE PROTAGONICEN SU HISTORIA, EN LA MEDIDA DE LO POSIBLE</p>
		<p>EVITAR EXPRESIONES, TÉRMINOS O IMÁGENES ESTEREOTIPADAS PARA NO REFORZAR FALSOS MITOS</p>	<p>RESPECTAR EL DERECHO A LA INTIMIDAD Y A LA PROPIA IMAGEN EVITANDO INTROMISIÓN GRATUÍTA Y ESPECULACION INNECESARIA</p>
<p>PRESENTAR LA REALIDAD CON LA QUE TRABAJAMOS COMO UN PROBLEMA SOCIAL, NO COMO CASUÍSTICAS AISLADAS</p>	<p>EVITAR MENSAJES QUE APELEN A LA COMPASIÓN O A LA CULPA PRESENTANDO A LAS PERSONAS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD</p>	<p>TENER COMO OBJETIVO ÚLTIMO DE LA COMUNICACIÓN EL CAMBIO SOCIAL, PROMOVRIENDO E IMPLICANDO A LA CIUDADANÍA PARA LOGRARLO</p>	
<p>DEFENDER UN TRATAMIENTO ÉTICO DE LA INFORMACIÓN, VERAZ Y TRANSPARENTE</p>	<p>DIFUNDIR MENSAJES POSITIVOS MOSTRANDO LOGROS, AUTONOMÍA Y EMPODERAMIENTO</p>	<p>EMPLEAR UNA VISIÓN INCLUSIVA QUE REPRESENTA LA DIVERSIDAD EXISTENTE EN LA REALIDAD</p>	

5. Otras guías de referencia sobre el tratamiento informativo de colectivos y personas en riesgo de exclusión.

1. Guía de estilo para periodistas: pobreza, vulnerabilidad y voluntariado. Edita EAPN España con la colaboración de EAPN Madrid (2013)
2. Guía de estilo para periodistas: 'Mira a las personas sin hogar'. Edita EAPN España con la colaboración de EAPN Madrid (2011)
3. Guía de estilo para periodistas: 'Mira a las personas mayores'. Edita EAPN España con la colaboración de EAPN Madrid (2012)
4. Guía de estilo sobre discapacidad para profesionales de los medios de comunicación. Edita Ilunion Comunicación Social y Real Patronato de la Discapacidad (2019)
5. Guía de estilo para periodistas: empleo e inclusión social. Edita EAPN España (2014)
6. Guía de estilo: Personas privadas de libertad y el voluntariado penitenciario. Edita EAPN España (2015)
7. Guía básica para interpretar los indicadores de desigualdad, pobreza y exclusión social. Edita EAPN España (2015)
8. ¿Cómo informar de colectivos en riesgo de exclusión? Personas migrantes, personas con discapacidad y comunidad gitana. Edita Rede Galega contra a Pobreza (EAPN Galicia) y Asociación Galega de Reporteiros Solidarios (Agareso) (2011)
9. Medios de comunicación e identidad romaní: Un proyecto europeo de lucha contra la discriminación del colectivo Romaní. Edita: RomaIdentity en colaboración con la Red Onda Local de Andalucía y Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión
10. Guía práctica dirigida a los profesionales de los medios de comunicación para prevenir la discriminación contra la Comunidad Gitana. Editado por el IISMAS-Istituto Internazionale di Scienza Mediche, Antropologiche e Sociali. Un proyecto financiación por la Comisión Europea (2014)
11. Guía práctica para periodistas: Igualdad de trato, medios de comunicación y comunidad gitana. Edita: Fundación Secretariado Gitano (2010)
12. Recomendaciones para el tratamiento de la Comunidad Gitana en los medios de comunicación. Edita: Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades. Coordina: KAMIRA. Federación de asociaciones de mujeres gitanas (2018)
13. Guia d'estil sobre sensellarisme. Podries ser tu. Edita: Ajuntament de Barcelona y Xarca d'Atenció a Persones Sense Llar
14. Observatorio de la Islamofobia en los medios. Por un periodismo inclusivo frente a la islamofobia. Edita: Instituto Europeo del Mediterráneo (IEMed) y Fundación Alfanar
15. Deu propostes contra el discurs xenòfob als mitjans de comunicació. Preguntes sobre els textos periodístics. Una publicación de CEAR PV y la Unió de Periodistes financiado por la Conselleria d'Igualtat i Polítiques Inclusive de la Generalitat Valenciana.
16. Periodistas contra la Xenofobia. Edita: CEAR Euskadi (2015)
17. SENSETÒPICS. Tratamiento informativo de los medios valencianos escritos de entradas de personas migrantes y refugiadas
18. Nuevas narrativas migratorias para reemplazar el discurso del odio. Edita: porCausa (2020)
19. Guía práctica de intervención en línea para ciberactivistas. Edita: Ciberrespect (2017)
20. Sinhogarismo y Diversidad. Los 7 ejes fantásticos de una intervención interseccional. Edita: Red Faciam (2020)
21. Código de conducta y buenas prácticas en la comunicación de la pobreza y la exclusión social. Edita: EAPN Galicia (2015)
22. Guía para deconstruir rumores. Edita: Red Anti-rumores
23. Estereotipos invisibles. Edita: EAPN-ES (2016)

La Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en el Estado Español (EAPN-ES) está formada por las siguientes redes y entidades

19 redes autonómicas:

EAPN-Illes Balears-Xarxa per la Inclusió Social • Red Andaluza de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social • Red Aragonesa de Entidades Sociales para la Inclusión • Red Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social en Castilla y León • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión social en Asturias • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social de Canarias • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en Castilla-La Mancha • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en Euskadi • Red Madrileña de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social • Red de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social de la Región de Murcia • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social de Extremadura • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social de Melilla • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en Cantabria • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en Ceuta • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en el Estado Español de la Comunidad Autónoma de Galicia • Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social en La Rioja • Red Navarra de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social • Taula d'Entitats del Tercer Sector Social de Catalunya • Xarxa per la Inclusió social de la Comunitat Valenciana.

Y 18 entidades estatales:

Accem • Acción Contra el Hambre • Cáritas Española • Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR) • Confederación de Centros de Desarrollo Rural (COCEDER) • Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica (COCEMFE) • Cruz Roja Española • Federación de Mujeres Progresistas (FMP) • Fundación Cepaim • Fundación Cruz Blanca • Fundación Esplai • Fundación Secretariado Gitano • Hogar Sí • Movimiento por la Paz (MPDL) • Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) • Plena Inclusión • Provivienda • Unión Española de Asociaciones y Entidades de Atención al Drogodependiente (UNAD).



Financiado por:





EUROPEAN ANTIPOVERTY NETWORK **ES**