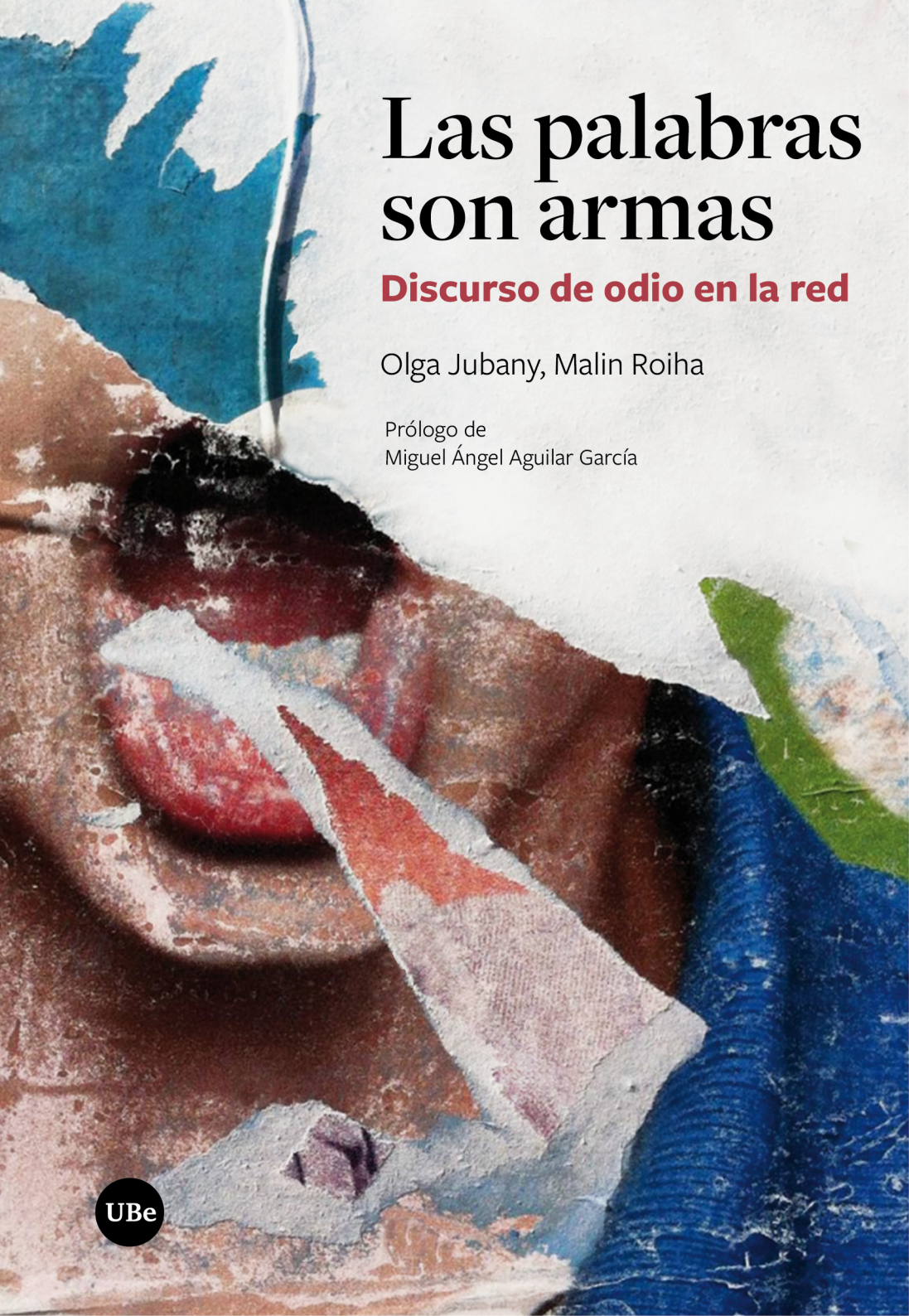
Las palabras son armas

Discurso de odio en la red

Olga Jubany, Malin Roiha

Prólogo de
Miguel Ángel Aguilar García



UBe

Las palabras son armas

Las palabras son armas

Discurso de odio en la red

Olga Jubany, Malin Roiha

Prólogo de
Miguel Ángel Aguilar García

Universitat de Barcelona
Edicions

Biblioteca Universitaria

© Edicions de la Universitat de Barcelona
Adolf Florensa, s/n
08028 Barcelona
Tel.: 934 035 430
Fax: 934 035 531
comercial.edicions@ub.edu
www.publicacions.ub.edu

ISBN 978-84-9168-163-2

Esta publicación ha recibido el apoyo del programa Rights, Equality and Citizenship de la Unión Europea. El contenido es responsabilidad exclusiva de las autoras y no refleja de ninguna manera la posición oficial de la Comisión Europea.

Este documento está sujeto a la licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada de Creative Commons, cuyo texto está disponible en: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/.

Índice

Prólogo, *por Miguel Ángel Aguilar García* 9

Agradecimientos 15
Antecedentes, experiencias y respuestas al discurso de odio en la red. 17

Una aproximación cualitativa al discurso de odio. 25
Cartografía del uso de la red por grupos extremistas. 27
Experiencias de profesionales y jóvenes usuarios de redes sociales. . 29

Nuevos medios de comunicación, nuevas generaciones, nuevas fronteras 33

Lo social por lo virtual, lo virtual por lo social. 39
Detrás de las cifras 44
El uso de redes sociales por grupos extremistas 49
No hay texto sin contexto 55

Colaboración entre organizaciones y países. 59
Fuerzas de seguridad. 59
Fiscalía y juristas 63
El papel de las ONG 65
Medios de comunicación y proveedores de redes sociales 66
Facebook puesta a prueba 68

Discurso de odio en la red: mucha presencia, escasa reacción . . . 73
Entre el *online* y el *offline* 73

Grupos vulnerables y *bystanders* 75
Normalizando o combatiendo el discurso de odio *online* 84

Combatir el discurso de odio 93
Educación y sensibilización 95
Líderes de opinión y profesionales de los medios 96
Medidas legales y cuerpos de seguridad 97
Comunidades *online* y plataformas de redes sociales 99

Observaciones finales 101
Bibliografía 105

Prólogo

El presente trabajo de investigación, elaborado por las antropólogas Olga Jubany y Malin Roiha, pertenecientes al Departamento de Antropología Social de la Universidad de Barcelona, arranca con un título provocador: «Las palabras son armas. Discurso de odio en la red».

Provocador porque siempre tendemos a pensar que las palabras son únicamente un medio para expresar nuestros sentimientos, emociones y anhelos, o una forma de tomar contacto con la realidad y simbolizar nuestras vivencias, o un puente para conocer y reconocer al otro, una manera de poner nombre a la persona amada, a los lugares de nuestra infancia o letra a una canción que despierta un recuerdo, o un modo de evocar la ausencia de los seres queridos. Pero no les falta razón a las investigadoras de este excelente documento científico cuando equiparan *palabra* y *armas* a la hora de abordar, nada más y nada menos, un fenómeno como es el discurso de odio en Internet y muy particularmente en las redes sociales. Ya Paulo Coelho decía que «de todas las poderosas armas de destrucción, la más terrible y la más cobarde es la palabra».

El discurso de odio alienta la estigmatización y los prejuicios, la exclusión, la hostilidad, el fanatismo, la agresividad e incluso la violencia contra el «otro», el diferente, y contra grupos de personas vulnerables y en riesgo de exclusión. La palabra, convenientemente divulgada y propagada de forma masiva e indiscriminada por medio de Internet, y en particular a través de las redes sociales, se convierte en este caso en un poderoso instrumento destructor que corroe los derechos humanos y la convivencia democrática basada en la diversidad, y afecta a valores superiores y derechos fundamentales como

la igualdad, la dignidad y la prohibición absoluta de discriminación. Pone así en peligro las condiciones de vida y existencia de millones de personas, su tranquilidad, su seguridad y su honor, y ello por motivos de intolerancia como el color de la piel, el origen nacional o étnico, la orientación o identidad sexual, las creencias religiosas o la minusvalía.

El discurso de odio no es inocuo, tal y como las investigadoras acertadamente apuntan a lo largo de su trabajo de investigación, en el que recogen datos de cinco países europeos (España, Francia, Italia, Reino Unido y Rumanía). También en el Servicio de Delitos de Odio y Discriminación de la Fiscalía de Barcelona hemos podido comprobar empíricamente, desde su fundación en el año 2009, que el discurso de odio es la antesala de la violencia. En efecto, al estudiar a los autores de la mayor parte de los graves hechos violentos acaecidos en los últimos años en Barcelona y su área metropolitana, y tras analizar los contenidos que almacenaban en sus ordenadores, tablets o teléfonos inteligentes o los de las webs por las que navegaban, hemos verificado que en su inmensa mayoría eran grandes consumidores del discurso de odio a través de Internet y las redes sociales. Hemos podido comprobar asimismo las letales consecuencias que el discurso de odio genera en los barrios donde viven las personas y comunidades que son su objetivo, en particular gitanos, musulmanes y el colectivo LGBTI, ya que afecta a actos corrientes pero esenciales de su vida diaria en sus puestos de trabajo, escuelas, comercios, comunidades de vecinos, etc.

En el ámbito académico, y salvo notables excepciones, casi siempre se ha abordado el estudio del discurso de odio como un asunto estrictamente jurídico, por lo general realizado por expertos en derecho constitucional y derecho penal que, de forma parcial y sesgada, suelen centrar todo su análisis científico en la posible afectación de los derechos constitucionales de los autores de dicho discurso —tales como la libertad de expresión o la libertad ideológica o de conciencia—, sin tener en cuenta el impacto del discurso de odio en las

víctimas ni el modo en que un ejercicio irresponsable y abusivo de dicha libertad de expresión vulnera los derechos fundamentales de las personas que se ven afectadas, como el derecho a la vida, a la integridad física, a la seguridad, a la preservación de la dignidad y el honor, a la igualdad y a no ser discriminadas. Pasan así por alto que, tal y como prevén los tratados internacionales de derechos humanos y la propia jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos, libertad de expresión no puede significar impunidad para difamar, insultar, degradar, despreciar o denigrar, acosar, hostigar, marginar o ridiculizar a las personas por el mero hecho de ser diferentes, actos todos que, según exigen los citados textos internacionales, se deben perseguir penalmente y repudiar socialmente con la máxima contundencia.

La gran novedad y la extraordinaria utilidad práctica de este trabajo al que tengo el honor de prologar es que no es jurídico. Se trata de un análisis realizado en el ámbito de la ciencia de la antropología, con un enfoque etnográfico que permite conocer desde el uso que la extrema derecha y otros grupos fanáticos están haciendo de las redes sociales y de Internet —ese «espacio seguro», en palabras de las autoras de este texto— para difundir la intolerancia, en especial el racismo, la xenofobia, la discriminación de género y, muy particularmente, la islamofobia, hasta las diferentes percepciones y actitudes que experimentan los jóvenes cuando se encuentran con discursos de odio en la red. Resulta alarmante que la actitud mayoritaria entre nuestros jóvenes sea la pasividad, y no se pueden olvidar los daños personales que se derivan de dicho discurso para sus víctimas, traducidos en sufrimiento psicológico, o los perjuicios sociales colaterales, como restricciones a la libertad de circulación.

Las investigadoras efectúan además valiosas reflexiones sobre diferentes temas muy relevantes, como el papel que en ocasiones desempeñan los políticos y representantes públicos o los medios de comunicación en la creación indirecta o en la exacerbación del discurso de odio; o la responsabilidad que se debería exigir a las empresas pro-

veedoras de redes sociales por su permisividad y pasividad ante el crecimiento exponencial de discursos de odio en aquellas, mientras ven incrementar con avidez sus abultados beneficios económicos; o el escaso número de denuncias que se presentan por parte de la ciudadanía, bien por desconfianza o por miedo, bien porque se duda de la eficacia de denunciarlos; o la insuficiente atención y dedicación que prestan los cuerpos y fuerzas de seguridad o la Administración de Justicia para perseguir el discurso de odio, muchas veces por la carencia de una imprescindible formación especializada en este ámbito. Las autoras hacen una enérgica apuesta por dicha formación, la cual, a mi modo de ver, debería ser obligatoria para jueces, fiscales, letrados de la Administración de Justicia, forenses, cuerpos y fuerzas de seguridad, funcionarios de prisiones y miembros de empresas de seguridad privada, con el fin de que conozcan, no solo todo el potencial de los tipos penales y de las técnicas de acreditación de estos delitos, sino también la situación personal, religiosa, cultural, socio-familiar, laboral, psicológica, etc., de las víctimas, sus dificultades en la vida diaria y los motivos que las llevan a no denunciarlos o bien, cuando se deciden a hacerlo, a no actuar de forma no inmediata.

No menos relevantes son las aportaciones que se realizan en orden al decisivo rol que deben tener las ONG en la lucha contra el discurso de odio, no solo para atender a inmigrantes y refugiados recelosos de un sistema policial y judicial que desconocen y que les resulta burocráticamente hostil, sino también para contrarrestar con argumentos el propio discurso de odio, o para establecer redes de colaboración entre las fuerzas de seguridad y la sociedad civil con el fin de aumentar el número de denuncias.

Asumo la responsabilidad que me corresponde y comparto plenamente la conclusión más reiterada a lo largo de todo el estudio: la lucha contra el discurso de odio debe involucrar a toda la sociedad y a todos los niveles. Tanto la educación y la sensibilización social como la acción policial y judicial deben desempeñar una función crucial para prevenirlo y perseguirlo, y dejar a la palabra la noble función de

servir como instrumento para alcanzar una sociedad más libre, igual y fraterna que haga inviable el pronóstico de Martin Luther King, quien advirtió: «Tendremos que arrepentirnos en esta generación, no tanto de las malas acciones de la gente perversa, sino del pasmoso silencio de la gente buena».

Miguel Ángel Aguilar García
Fiscal coordinador del Servicio
de Delitos de Odio y Discriminación
Fiscalía de Barcelona

Agradecimientos

En primer lugar, quisiéramos agradecer a todas las personas que accedieron a ser entrevistadas para la investigación que da pie a este libro, que con tanta generosidad nos dieron su tiempo y confianza, y sin las cuales el estudio no hubiera sido posible. Su voluntad de compartir sus experiencias nos ha permitido comprender más profundamente las complejas implicaciones del discurso de odio en las redes sociales. Sus relatos forman el núcleo de esta investigación, y esperamos que consideren este libro una representación valiosa de sus interpretaciones, experiencias y puntos de vista.

Agradecemos también el trabajo de todos y cada uno de los investigadores y equipos que forman parte del proyecto PRISM: La Ligue de l'Enseignement, en Francia; Race on the Agenda, en Inglaterra; SOS Racismo, en España; ARCI, UNAR, CNR-ISGI, Cittalia, Carta di Roma, en Italia; Fundatia Dezvoltarea Popoarelor, en Rumanía; y la organización internacional United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute. Vaya asimismo nuestro reconocimiento a las personas del equipo de investigación de la Universidad de Barcelona, especialmente al profesor Joan Bestard, a Berta Güell y Arlette Martínez.

Estamos en deuda con la Dirección General de Justicia de la Comisión Europea por su apoyo económico, que ha permitido desarrollar este estudio bajo la iniciativa del Rights, Equality and Citizenship Programme.

Finalmente, queremos destacar nuestro agradecimiento a Miguel Pajares por sus enriquecedoras aportaciones a lo largo de la investigación y por las revisiones de los tantos borradores del manuscrito,

así como nuestro profundo reconocimiento a Miguel Ángel Aguilar por su valiosísima contribución, tanto en el desarrollo de este proyecto como en la confección de este libro.

A todos ellos muchas gracias, puesto que este libro no habría sido posible sin sus aportaciones y apoyo.

Antecedentes, experiencias y respuestas al discurso de odio en la red

> Hay que encontrar límites, y el límite que hasta ahora no se ha puesto atañe al aspecto de la dignidad de las personas, al respeto al honor de personas y colectivos, y hay que buscar esa adecuada ponderación.[1]

Vivimos en una sociedad de naturaleza heterogénea, fluida y cambiante, que define las acciones e interacciones de los jóvenes y la forma en que abordan los implacables desafíos que nuestra sociedad les plantea. Las recientes transformaciones sociales, culturales y económicas han aportado nuevas oportunidades, pero también en muchos aspectos han generado las principales preocupaciones de estos jóvenes, con gran frecuencia debido a los nuevos patrones de desigualdades y las tensas polarizaciones sociales. Desafíos que al mismo tiempo se sustentan en una nueva realidad caracterizada por la aparición de las complejas plataformas de las redes sociales, que han revolucionado las distintas formas de interacción social y han convertido a los jóvenes en los máximos usuarios de las herramientas de comunicación digital. Estos espacios emergentes ofrecen multitud de nuevas posibilidades para la interacción y la expresión personal, social y cultural, pero al mismo tiempo implican un canal abierto a las muestras de desafección y exclusión social, por lo que cada vez se inundan más de expresiones de odio. La difícil situación económica, social y política actual ha favorecido un agravamiento de las tensio-

1 Fiscal, ES-P4. Igual que esta, a lo largo del libro se incluyen diversas citas de los informantes, codificadas para asegurar el anonimato y confidencialidad de los participantes en el estudio.

nes entre los diversos grupos y colectivos sociales, que a menudo se manifiestan en expresiones de odio fundamentadas en el creciente racismo en toda Europa.

Si bien el discurso xenófobo y racista no es un fenómeno nuevo, sí que lo son las dimensiones que este ha tomado en la incipiente era digital, tanto conceptuales como respecto a su expresión y alcance. A través del uso avanzado de Internet y de las redes sociales, han surgido formas de difusión y expansión que exponen particularmente a los jóvenes usuarios a los mensajes de odio transmitidos en las redes sociales. Si bien el discurso de odio en Internet no es esencialmente diferente de las expresiones de odio fuera de él (*offline*), sí muestra ciertas características y retos específicos derivados de los canales por los que se expresa. Las posibilidades de las redes sociales no son nuevas en sí mismas, pero sus interrelaciones crean oportunidades y desafíos inéditos (Boyd, 2014), tales como la permanencia y la durabilidad del contenido que se publica (Gagliardone *et al.*, 2015). Otros aspectos importantes influyentes son la visibilidad —es decir, la audiencia potencial alcanzada por las redes sociales— y la itinerancia (Boyd, 2014) —esto es, la facilidad con la que puede compartirse el contenido—. Estas distintas variables implican que, incluso cuando se consigue eliminar el discurso de odio de un espacio concreto, este puede seguir activo en otro (Gagliardone *et al.*, 2015).

En este sentido, el carácter transnacional de los espacios web puede aumentar los efectos del discurso de odio y plantear subsecuentes complicaciones relativas a los mecanismos legales para luchar contra esta problemática. Además, las redes sociales también crean una sensación de anonimato e impunidad, por lo que los internautas son más propensos a verbalizar ideas que no expresarían en otras situaciones por temor a ser criticados o castigados. Por otra parte, se evidencia una falta de conciencia del efecto de amplificación que tiene Internet y, por tanto, de la gravedad y las consecuencias que pueden llegar a tener las acciones *online*. Es decir, el espacio web

produce una despersonalización «ilusoria» de la realidad; sin embargo, precisamente debido a este efecto, la mayoría de los perpetradores de odio se limitan a un «activismo virtual» (*keyboard activism*) y no se involucran en acciones y relaciones sociales.

Es fundamental conocer qué posibilidades tiene una tecnología o espacio particular a fin de comprender y analizar su poder de influencia. Para analizar el discurso de odio, sus extensiones y patrones, no es suficiente con analizar las pautas virtuales, la tecnología o las estadísticas de uso, sino que se impone la necesidad de profundizar en nuestro conocimiento sobre las percepciones y experiencias de los jóvenes usuarios y las respuestas a este tipo de contenido. Una necesidad de conocer y dar a conocer que comienza con abordar las dificultades en la conceptualización del «discurso de odio», particularmente en sus connotaciones en el entorno de las redes sociales.

Si bien la denominación «discurso de odio» es ampliamente utilizada en distintos ámbitos y disciplinas, su dilatada aplicación y la diversidad de interpretaciones dependen en gran medida de los contextos de lugar y tiempo. En términos legales, y de acuerdo con el intenso debate de la última década, existe consenso en definirlo como toda comunicación que se centra en una expresión de odio contra un grupo de personas caracterizadas esencialmente por su origen, religión u orientación sexo-genérica y que busca degradar, intimidar o incitar a la violencia o a una acción perjudicial contra alguien por motivos fundados básicamente en el racismo, la xenofobia o la homofobia. Según esta definición, lo que se considera discurso de odio —y resulta legalmente punible— no es la expresión de ciertas ideas en sí mismas, por execrables que sean, sino que dicha expresión se dé en circunstancias que fomenten, promuevan o inciten de forma directa o indirecta al odio, hostilidad, discriminación o violencia, infringiendo los valores constitucionales de la dignidad humana y la no discriminación por razón de nacimiento, identificación racializada, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia

personal o social, valores recogidos en los artículos 10 y 14 de la Constitución española (Gómez Martín *et al.*, 2015).

Sin embargo, aun dentro del consenso legal, las interpretaciones institucionales suelen ampliar los parámetros estrictamente legales para incluir colectivos concretos de personas que tienden a ser víctimas de tal discurso. Por ejemplo, el Consejo de Europa,[2] a través de la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI), define el discurso de odio como «fomento, promoción o instigación, en cualquiera de sus formas, del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones por razones de "raza", color, ascendencia, origen nacional o étnico, edad, discapacidad, lengua, religión o creencias, sexo, género, identidad de género, orientación sexual y otras características o condición personales» (ECRI, 2016). Aquí es interesante lo que dice al respecto la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE), que define los delitos de odio como «toda infracción penal, incluidas las infracciones contra las personas y la propiedad, cuando la víctima, el lugar o el objeto de la infracción son seleccionados a causa de su conexión, relación, afiliación, apoyo o pertenencia real o supuesta a un grupo que pueda estar basado en el origen nacional o étnico, el idioma, el color, la religión, la edad, la minusvalía física o mental, la orientación sexual u otros factores similares, ya sean reales o supuestos». Esta definición, igual que la proveída por la Unión Europea y otras instituciones internacionales, presta cada vez más atención al fenómeno del discurso de odio en Internet, el cual, principalmente desde la última década, viene descrito como un problema global.

2 El Consejo de Europa (Keen y Georgescu, 2016) ha elaborado, además, un manual para el discurso de odio que pone especial énfasis en la necesidad de definir el contexto de forma coherente en toda Europa. Sin duda, esta es una de las conceptualizaciones más utilizadas en el presente.

Si bien estas definiciones legales e institucionales resultan cada vez más inclusivas, cuando se trata de discursos de odio *online* estas perspectivas afrontan el reto insuperable de establecer conexiones entre dichas expresiones y el perjuicio social ocasionado, como la hostilidad, la discriminación o el racismo (Gagliardone *et al.*, 2015). En este sentido, los limitados estudios que han investigado en los últimos años el discurso de odio en Internet tienden a abordar el contenido, la difusión y la persecución desde una perspectiva jurídica (véanse, por ejemplo, Glaser *et al.*, 2002; Waldron, 2012; Foxman y Wolf, 2013; Heinze y Phillipson, 2017) o en grupos específicos que, en los debates más recientes, se centran en el caso de islamofobia (véanse, por ejemplo, Ekman, 2015; Awan, 2014). Sin embargo, desde un enfoque social y antropológico dichas definiciones siguen sin abarcar toda la complejidad de las expresiones de odio en el mundo global contemporáneo (Gagliardone *et al.*, 2015). Como apunta Jeremy Waldron, el discurso de odio es mucho más que simplemente ofensas o insultos, y afecta a nuestra sociedad de tal modo que «los miembros de los grupos vulnerables deben vivir su vida, llevar a cabo sus negocios, criar a sus hijos y aliviar sus pesadillas en una atmósfera social envenenada por este tipo de discurso. No solo eso, sino que el objetivo de este tipo de discurso es difamar a los miembros de los grupos vulnerables en cuestión» (Waldron, 2012). Asimismo, debemos tener en cuenta que el contexto en el que se produce el discurso determina su impacto, de igual modo que la posición de la persona o personas que lo proyectan. Por todo ello, el entorno —social, cultural, económico y político— resulta de particular relevancia cuando analizamos el discurso de odio en Internet.

También cabe señalar que esta carencia de estudios empíricos sobre el discurso de odio desde una perspectiva social resulta aún más evidente cuando se trata de análisis cualitativos sobre las experiencias de los usuarios, o de los mediadores y perpetradores. Existe un vacío importante en cuanto a investigaciones que aborden la problemática en relación con las redes sociales e Internet con un enfo-

que cualitativo y etnográfico que exponga la correlación entre las experiencias de los jóvenes usuarios y el material de odio en Internet. En otras palabras, una aproximación que tenga en cuenta y transmita que detrás de las pantallas hay personas, que son quienes producen los discursos y también quienes finalmente se ven afectadas por ellos. Cabe destacar la importancia del conocimiento sobre los principios, normas y patrones sociales y culturales que subyacen tras las motivaciones de las reacciones de las personas usuarias de Internet ante el contenido de odio en las redes sociales.

Dado este complejo debate, no caben dudas de la necesidad de ampliar la comprensión del concepto de discurso de odio para reflejar la realidad que este implica, y para ello es fundamental referirse a las interpretaciones de los que viven la experiencia de tal discurso. Ambos aspectos —el enfoque etnográfico y el énfasis en los jóvenes usuarios— han sido el objetivo primordial de la investigación *Prevenir, controlar y combatir el discurso de odio en Internet* (PRISM),[3] cuyo propósito principal ha sido analizar con un enfoque etnográfico el discurso de odio en las redes sociales y conocer los mecanismos que sustentan los delitos de odio en la esfera social virtual. Para ello se puso el foco en los jóvenes usuarios de distintos puntos de Europa y se recogieron datos en cuanto a cómo experimentan estos las expresiones de odio racista y xenófobo en las redes sociales, y cómo actúan, interactúan y reaccionan ante ellas. En este entorno, el núcleo de análisis se situó en las víctimas directas de este discurso de odio así como en las personas pertenecientes a los grupos especial-

3 La investigación PRISM fue cofinanciada por la Dirección General de Justicia de la Comisión Europea (Rights, Equality and Citizenship Programme) y llevada a cabo por once instituciones de distinta índole ubicadas en cinco países: La Ligue de l'Enseignement (Francia); Race on the Agenda (Inglaterra); Universidad de Barcelona (responsable de la metodología y coordinación de la investigación) y SOS Racismo (España); ARCI (coord.), UNAR, CNR-ISGI, Cittalia, Carta di Roma (Italia); Fundatia Dezvoltarea Popoarelor (Rumanía); United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute (UNICRI-Internacional). Véase www.prismproject.eu.

mente afectados por él. Asimismo se consideró importante el colectivo de usuarios clasificados como «espectadores» (*bystanders*) y demás implicados en las interacciones que las redes sociales plantean, así como aquellos actores clave en el abordaje de esta problemática.

En su conjunto, el texto que sigue refleja los resultados de dicha investigación multisituada, llevada a cabo durante dos años por equipos ubicados en cinco países de Europa, con una metodología fundamentalmente etnográfica coordinada por la Universidad de Barcelona. Los resultados del estudio se exponen en siete capítulos, cuyo orden responde a la lógica del planteamiento del propio análisis. Tras el presente capítulo introductorio, el siguiente, «Una aproximación cualitativa al discurso de odio», explica la metodología aplicada a la investigación, desde un enfoque cualitativo y principalmente etnográfico, complementado con la recopilación de datos secundarios y un gráfico del uso de la red. Se expone asimismo el criterio con que se recogieron las experiencias de profesionales y jóvenes usuarios de redes sociales, así como los métodos de gestión y análisis de los datos. El capítulo «Nuevos medios de comunicación, nuevas generaciones, nuevas fronteras» muestra los resultados de una revisión de la literatura sobre esta materia, con los debates más recientes, correlacionados con las conclusiones de las entrevistas llevadas a cabo con expertos y profesionales de la red. En el capítulo «Lo social por lo virtual, lo virtual por lo social» se abordan las características específicas del discurso de odio en Internet, y se analiza el contexto social y político al que este tipo de discurso está intrínsecamente vinculado, así como el uso de las redes sociales por parte de grupos extremistas.

El capítulo «Colaboración entre organizaciones y países» proporciona una visión general de las diferentes perspectivas de las instituciones y organizaciones que trabajan en áreas relacionadas con la lucha y la prevención del discurso de odio en Internet. Se estudia el papel de los actores más relevantes para afrontar dicho discurso —las

fuerzas de seguridad, las fiscalías y los juristas—, así como la función de las ONG y de los medios de comunicación y los proveedores de redes sociales.

En el capítulo «Discurso de odio en la red: mucha presencia, escasa reacción» se analizan los relatos recogidos de los jóvenes usuarios de redes sociales respecto a los discursos de odio racista que encuentran *online*, además de sus reacciones y respuestas. Se destaca la gran presencia de tal discurso en las experiencias virtuales de estos usuarios, contrastada con su escasa acción para combatirlo. Se vuelve a hacer hincapié en la importancia de la relación entre el mundo *online* y el *offline* en cuanto a los fundamentos del discurso de odio, así como respecto a la manera en que se aborda esta problemática. También se ofrece un análisis sobre el papel de los distintos actores dentro del grupo de usuarios, desde las víctimas directas de este discurso hasta los considerados *bystanders* o espectadores, lo cual deja en claro el creciente proceso de normalización del discurso de odio en Internet que tiene lugar en todos los aspectos.

En el último capítulo, «Combatir el discurso de odio», se exponen los aspectos clave de la prevención y lucha contra el discurso de odio *online*, según las diferentes perspectivas involucradas en la investigación. Estas se recogen principalmente de los profesionales que se ocupan de esta problemática de Internet de forma continua, tales como policías, abogados, fiscales, periodistas, blogueros y profesionales de las redes sociales, así como de los propios proveedores de estas. En las distintas secciones se analiza la diversidad de formas que se han evidenciado como estrategias potenciales para combatir dicho discurso desde diferentes ámbitos y enfoques.

Una aproximación cualitativa al discurso de odio

Basada en los resultados de un enfoque etnográfico múltiple y comparativo, la investigación cuyas conclusiones se exponen y debaten en el presente libro se ha llevado a cabo en cinco países de Europa: España, Francia, Italia, Reino Unido y Rumanía. Centrándose en los respectivos contextos sociopolíticos como casos de estudio, que representan una gran diversidad dentro de Europa, se ha explorado en qué modo las personas —y particularmente los jóvenes— experimentan las expresiones de odio racista y xenófobo expuestas en las redes sociales, y cómo actúan, interactúan y reaccionan ante ellas. El foco se ha situado en las víctimas directas de discursos de odio, así como en las personas pertenecientes a los grupos especialmente afectados por dicho discurso y en usuarios frecuentes de Internet considerados «espectadores» (*bystanders*).

La investigación adopta una estrategia interdisciplinaria centrada en las experiencias de los principales actores involucrados. Para ello se han considerado clave las vivencias de los jóvenes usuarios pero también, como decíamos, las de las restantes personas relacionadas, incluyendo policías, abogados, fiscales, periodistas, blogueros y profesionales de las redes sociales, así como los propios proveedores de estas. Se analizan las respuestas al discurso de odio en Internet a partir de las experiencias e interpretaciones de los usuarios, poniendo el acento en el racismo y la xenofobia presentes en las redes sociales.

De ahí que, de manera poco usual en este tipo de proyectos de gran alcance, el estudio prioriza la relación cotidiana con el discurso de odio, para lo cual adopta la tradición antropológica de la etnografía. Esto implica enfocar la atención en las diferentes maneras en que

la gente vive, interpreta y experimenta dicho discurso, así como en las acciones, interacciones y reacciones ante que provoca. Es, pues, una investigación centrada en explorar las experiencias subjetivas y los significados que estas implican (Devine, 2002).

Como se apuntaba en anteriores secciones, las problemáticas virtuales y los estudios relacionados con las expresiones de odio en Internet tienden a plantearse como investigación cuantitativa, y con una perspectiva general o virtual. Sin embargo, como señalábamos, hay que tener en cuenta que son las personas que se hallan detrás de las pantallas quienes producen los discursos y quienes se ven afectadas por ellos. En este sentido, los estudios etnográficos resultan fundamentales para aprender sobre las actitudes, motivaciones y reacciones provocadas por el discurso de odio. Un enfoque que resulta esencial tanto con el fin de alcanzar una comprensión más profunda de las percepciones, patrones e interacciones ante dicho discurso, como para contribuir al diseño de nuevas políticas y acciones que disminuyan y contrarresten el discurso de odio.

Antes de dar inicio al estudio etnográfico, y con el fin de conocer el estado de la cuestión en los diferentes contextos nacionales, así como a nivel europeo e internacional, se llevó a cabo una revisión de los informes existentes sobre el discurso de odio en Internet. La mayoría de los documentos existentes, y analizados, han sido elaborados por ONG y agencias de control, o bien por órganos internacionales o europeos como ENAR,[1] ECRI[2] y la OSCE.[3] El resultado de esta revisión apunta primeramente a que no se han estudiado en profundidad y de forma específica las expresiones de odio en Internet en ninguno de los ámbitos nacionales, ni tampoco a nivel internacional. Por ello se

1 Red Europea contra el Racismo (European Network Against Racism), www.enar-eu.org/.

2 Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (European Commission against Racism and Intolerance), www.coe.int/t/dghl/monitoring/ecri/default_en.asp.

3 Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa (Organization for Security and Co-operation in Europe), www.osce.org/.

han tomado como referencia los informes de carácter general relativos a la discriminación, el racismo, los delitos de odio y la incitación al odio, y a partir de ahí se han analizado los contenidos que se refieren al ámbito de las redes sociales. Por otra parte, por supuesto, también se han tenido en cuenta los estudios realizados en el ámbito académico sobre el discurso de odio, tanto a nivel nacional como internacional.

Cartografía del uso de la red por grupos extremistas

Con el fin de profundizar en el conocimiento de las estructuras y motivaciones de los posibles autores que difunden mensajes xenófobos y racistas, se elaboró una cartografía de las actividades en las redes sociales por parte de partidos, organizaciones y movimientos de extrema derecha o extremistas con destacadas cargas racistas en cada país, lo cual facilitó una visión más amplia de la presencia de este tipo de organizaciones en las redes sociales y del uso que hacen de ellas como posibles propagadores de expresiones de odio. Dado que el trabajo de campo posterior se centró principalmente en las víctimas, los grupos objetivo y los testigos de expresiones de odio en Internet, el gráfico nos permitió incluir asimismo en nuestro análisis el enfoque de los grupos potencialmente perpetradores.

En cada contexto nacional se seleccionaron cinco partidos, organizaciones o movimientos xenófobos de extrema derecha o extremistas, a partir de la revisión de datos secundarios. Por un lado, se tuvieron en cuenta las entidades que han sido objeto de denuncias o sentencias por haber difundido expresiones de odio, xenófobas o racistas en los últimos años. Por otro lado, también se consideraron aquellas que, según informes existentes, son las más populares entre los jóvenes, o especialmente activas en las redes sociales, y muestran la misma orientación racista.

Tras la selección inicial, se elaboró una cartografía de todas las redes sociales utilizadas por cada grupo, a través de un análisis de las

webs oficiales de las organizaciones y de su presencia en Google,[4] así como un estudio de sus propios canales de comunicación virtual. Una vez elaborado el patrón de los perfiles y páginas de redes sociales de cada entidad, se utilizó la herramienta FanPage Karma[5] para recoger la siguiente información de cada grupo en cada uno de sus canales: fecha de suscripción, número de seguidores, distribución por sexo de los seguidores (Facebook), número de publicaciones en el último año, número medio de publicaciones por día (durante el último año), número total de vídeos en YouTube y fecha del último vídeo subido. También se analizaron las palabras más empleadas y las que han suscitado más reacciones en forma de «me gusta» o «compartir» de los seguidores (Facebook) o los términos más usados por el grupo en el último año (Twitter), así como los enlaces entre las diferentes redes sociales y la web oficial; y, por último, toda información adicional relevante para el estudio.

Con el fin de obtener más indicadores del uso de las redes sociales de estos partidos y organizaciones, en las entrevistas con jóvenes y profesionales se exploró asimismo su familiaridad con ellos y su posible recepción de mensajes propagadores de odio en las plataformas *online*. Esta información se contrastó con el material de los informes recogidos, utilizando el método de triangulación, para dar lugar a un análisis más exhaustivo.

A lo largo de la investigación se evidenció una escasez de denuncias por discursos de odio, en buena medida justificada por la falta de reacción por parte de los mecanismos de denuncia existentes en las plataformas sociales. En consecuencia, se decidió llevar a cabo un ensayo en una de las mayores plataformas de red social, Facebook. Los resultados de tal ensayo, concluyentes y muy reveladores, se co-

4 «Nombre del grupo + nombre de la red social», por ejemplo, «Plataforma per Catalunya + YouTube».

5 Fanpage Karma es una herramienta digital para analizar y optimizar las redes sociales: www.fanpagekarma.com/.

nectaron después a los datos recogidos con el resto de los métodos utilizados.

Experiencias de profesionales y jóvenes usuarios de redes sociales

Dado que el elemento central de la investigación es el enfoque etnográfico, se realizaron entrevistas en profundidad a profesionales que trabajan en ámbitos relacionados con las expresiones de odio en línea, así como a jóvenes usuarios de las redes sociales. A modo de triangulación, se hizo también un seguimiento de blogs, chats y otros mecanismos de integración de las redes sociales durante un periodo de observación, y sobre esta base se elaboró un gráfico de las redes sociales utilizadas por entidades que muestran una clara orientación racista. Las entrevistas se llevaron a cabo a lo largo de 2015 en Francia, Italia, Rumanía, España y Reino Unido. La muestra total de entrevistas fue de 148. De estas, 32 se efectuaron a profesionales —abogados, fiscales, policías, representantes de ONG, periodistas, académicos y proveedores de redes sociales—, cuyo número varió entre los países en función de los perfiles prioritarios en cada uno. Para el propósito comparativo, las entrevistas se fundamentaron en una guía de indicadores adaptada a cada profesional y cada contexto nacional.

Con el objeto de explorar las experiencias subjetivas de los jóvenes, y sus significados e interpretaciones de las expresiones de odio en Internet, se llevaron a cabo 116 entrevistas en profundidad a jóvenes de entre 14 y 30 años que se definen como usuarios activos de las redes sociales, a quienes se contactó por diferentes vías, principalmente a través de asociaciones juveniles, centros cívicos, organizaciones de la sociedad civil, escuelas y universidades. Sin embargo, en cada país se utilizaron diferentes mecanismos, a fin de llegar a una muestra no necesariamente representativa, pero sí *significativa* en cuanto a experiencias vividas. Por ejemplo, en España la ONG SOS

Racismo facilitó la inclusión de algunos jóvenes afectados personalmente por el discurso de odio que habían puesto denuncias o quejas al respecto, y al mismo tiempo se utilizaron canales de distintos ámbitos territoriales de la ciudad de Barcelona para asegurar cierta diversidad socioeconómica.

En la muestra global, alrededor de un tercio de los jóvenes entrevistados pertenecen a la categoría de los «grupos objetivo» del discurso de odio o lo han sufrido de forma directa, ya sea por su origen (o el de sus padres), su religión, etc. En la selección de la muestra se priorizó la diversidad, de modo que las familias de los entrevistados proceden de más de treinta países diferentes. Los dos tercios restantes entran dentro del grupo de «espectadores» o usuarios no afectados directamente. Dado que la juventud no es un colectivo homogéneo, se ha tenido en cuenta la heterogeneidad de perfiles en cuanto al estatus socioeconómico, sexo, origen y edad, entre otros, para así poder adoptar además una perspectiva interseccional en el análisis de datos.

Un aspecto crítico al comienzo de la investigación fue cómo presentar el concepto de discurso de odio a los jóvenes durante las entrevistas, de tal modo que se enfocara el tema de la charla pero sin limitar las posibles respuestas o el talante de las conversaciones. En este sentido, y según la definición dada por el entrevistador, se recogieron experiencias muy diversas. El objetivo fue incluir una amplia variedad de situaciones, y con tal fin se definieron las expresiones de odio en términos muy amplios; por ejemplo, en algunos casos, cuando el entrevistado no estaba familiarizado con esta noción —especialmente en el grupo de menor edad, de 14 a 18 años—, se habló de «comentarios racistas» o «declaraciones xenófobas» o el entrevistador recurrió a una explicación más extensa. Esto significa que el concepto de discurso de odio es más amplio en los relatos de los jóvenes que en los de los profesionales, que se centran más en sus límites y herramientas legales. Por lo tanto, cabe subrayar que no todas las experiencias relatadas por los jóvenes sobre su contacto con expresiones

de odio caben necesariamente dentro de la definición legal del concepto. En consecuencia, a menudo en lugar de ello nos referimos al «discurso de odio percibido».

Por otro lado, a modo de introducción al tema principal, las entrevistas comenzaron con consultas sobre los usos de las redes sociales por parte de los jóvenes, quienes respondieron con bastante fluidez, dada su gran familiarización con ese entorno. Al entrar en la cuestión de las expresiones de odio, sin embargo, y a pesar de reconocer que habían visto comentarios ofensivos en las redes sociales, a muchos de ellos les resultaba muy difícil expresar su opinión personal sobre el tema, en parte debido a la falta de costumbre de la mayoría de hablar abiertamente de su vida y experiencias en Internet, así como discutir explícitamente sobre las desigualdades y la discriminación. No obstante, en muchos casos, cuando la discusión se desplazó de lo abstracto a lo concreto —es decir, cuando se fueron abriendo para dar cuenta de alguna situación particular que habían vivido ellos mismos o alguien cercano a ellos—, el relato se volvió mucho más fluido. Aun así, como veremos en el capítulo «Discurso de odio en la red», la mayoría de los jóvenes tienden a considerar normales las expresiones de odio o racismo en Internet, aun cuando sean víctimas directas del discurso de odio.

Nuevos medios de comunicación, nuevas generaciones, nuevas fronteras

> La libertad de expresión no lo abarca todo y estamos relativizando opiniones, sobre todo en el ciberodio; opiniones y grupos que luego pueden resultar peligrosos, porque el poder de convocatoria a través de las redes es importante.[1]

El discurso de odio *online* abarca una gran variedad de contenidos racistas y xenófobos, desde sitios web específicos de grupos de extrema derecha con claros mensajes de odio, hasta un racismo generalizado que se expresa en publicaciones y comentarios en las redes sociales. Como se ha apuntado en el primer capítulo, a pesar de estas características específicas, sería un error entender las acciones *online* desvinculadas de las acciones *offline*, ya que las redes sociales están estrechamente relacionadas con el mundo externo, de la misma forma que nuestra vida fuera de Internet está cada vez más influenciada por los espacios virtuales. Un ejemplo de lo que se puede denominar «error dualista digital» (Jurgenson, 2011) es la preocupación por parte de las instituciones de que grupos de extrema derecha utilicen los sitios web para reclutar miembros, sin considerar que los sitios web son plataformas de difusión de racismo en sí mismos (Daniels, 2009). Alejándonos de una perspectiva dualista digital, es preciso centrarse en la contextualización del discurso de odio en Internet como expresión de un fenómeno más amplio, que no es otro que el aumento constante del racismo en las sociedades europeas actuales. Por ello, cuando examinamos la exposición, las reacciones y las respuestas de los internautas a las expresiones de odio en Internet, es

1 Representante de una ONG, España, ES-P2.

crucial interpretarlas desde un marco analítico extenso y ayudar especialmente a los jóvenes a desarrollar un pensamiento crítico sobre el racismo en los nuevos medios de comunicación, ya que «en cierto modo, los jóvenes que están inmersos en medios de comunicación digitales no hablan con una voz pura cuando se trata del racismo, sino más bien con una voz infectada que refleja y determina la cultura y las instituciones en las que crecen» (Daniels, 2008: 148).

Para los jóvenes de la Europa de hoy en día, la llamada juventud del milenio, los medios digitales han existido siempre y son omnipresentes en su vida. Por tal razón, a menudo nos referimos a ellos como «nativos digitales»,[2] un concepto que ha sido criticado por no considerar la diversidad de la juventud y de su acceso a Internet.[3] Sin embargo, no hay duda de que los motores de búsqueda han reemplazado a las bibliotecas como las principales fuentes de información para la mayoría de los jóvenes (Daniels, 2008). En toda la UE, en 2014, 9 de cada 10 adolescentes o jóvenes de 16 a 19 años y el 86% de los jóvenes de 25 a 29 hacían un uso diario de Internet.

Por lo que se refiere al dispositivo utilizado, tenemos datos estadísticos que nos muestran que más del 74% de las personas de 16 a 29 años utilizaban un teléfono móvil para conectarse a Internet (Eurostat, 2015). Esto implica que hoy, más que nunca, lo que los jóvenes experimentan *online*, ya sea positivo o negativo, los acompaña en su vida cotidiana dentro y fuera de las redes.

Si bien los adultos suelen etiquetar la relación de los jóvenes con las redes sociales como una «adicción», como apunta Boyd (2014), su uso de las redes sociales es más bien un reflejo de su obsesión con cualquier contexto que les permita interactuar con sus amigos. No obstante, algunos estudios han demostrado que la exposición a riesgos es mayor entre los usuarios más activos en Internet (Livingstone y Helsper, 2010). Internet puede funcionar como una herramienta para

2 Véanse, por ejemplo, Tapscott, 1998; Prensky, 2001.
3 Véanse, por ejemplo, Buckingham, 2006; Livingstone, 2008; Holmes, 2011.

el acoso y como una fuerza multiplicadora, expandiendo el alcance del acoso (Daniels, 2008). Al mismo tiempo, el ciberespacio ha facilitado el crecimiento del racismo en línea (Back, 2002), y en la actualidad existe una tendencia de la extrema derecha a mover su contenido de sitios web de odio a blogs y redes sociales (Rogers, 2013), por lo que este material se hace accesible a un público más amplio. De importancia clave es también que el discurso de odio no solo es generado por los grupos de odio organizados de la extrema derecha, sino que además se elabora y se difunde en entornos comunes de Internet por personas que no tienen conexión con los grupos de odio (Tynes, 2006). Por lo tanto, al analizar la exposición de los internautas a contenidos de odio, no solo debemos prestar atención a los grupos organizados más radicales, sino también a la forma retórica del discurso de odio que se utiliza en las redes sociales, a menudo abiertamente (Oksanen *et al.*, 2014).

Además, el debate actual evidencia que el discurso de odio contribuye a la estigmatización, marginación e intimidación de los miembros de distintos grupos, con particular afección a los colectivos con menos poder en nuestra sociedad. Se trata de un discurso fundamentado en los múltiples procesos de dominación y subordinación social que utilizan en la discriminación de género, racismo y todo tipo de prejuicios para, en última instancia, determinar el «nosotros» frente a «ellos» (Jubany, 2017b). Cuando este discurso se materializa a través de Internet, tal y como afirma Waldron (2012), podemos definir dos tipos de mensajes en las expresiones de odio: uno dirigido a los grupos objetivo, con la finalidad de deshumanizarlos y subestimarlos; y otro dirigido a los que tienen puntos de vista similares, lo que refuerza la sensación de pertenecer a un grupo con ideas afines que, a su vez, es amenazado por «los otros». En este sentido, el discurso de odio divide y une al mismo tiempo (Gagliardone *et al.*, 2015), ya que crea una distinción entre quien está dentro y quien está fuera de la «sociedad ideal». Este efecto también está relacionado con el concepto de que las comunidades virtuales tienden a ser comuni-

dades con ideas afines. La inmersión de un usuario en un contexto de personas que comparten la misma opinión puede aumentar la sensación de que el mundo está dividido en dos grupos, «nosotros» y «ellos», lo cual contribuye a la «alteridad» e incluso a la deshumanización de aquellos a los que se considera «ellos u otros» (Jubany, 2017b). A su vez, dependiendo de los sitios por los que se navegue, uno puede enfrentarse con realidades y discursos que desafíen más o menos sus ideas preconcebidas acerca de las personas de diferentes orígenes, etnias o religiones (Delgado y Stefancic, 2014).

Las personas pueden verse afectadas por el discurso de odio como víctimas directas o potenciales, con efectos perjudiciales para el individuo, el grupo y toda la sociedad. Este daño a las víctimas y a los grupos objetivo, que tiende a ser duradero y experimentarse de forma acumulativa (Gelber y McNamara, 2015), es un factor que suele pasarse por alto en los debates sobre la libertad de expresión (Waldron, 2012). A este respecto, la literatura distingue entre los daños constitutivos y los consecuenciales, es decir, entre los daños causados por lo que se dice (o, en nuestro caso, lo que se escribe) y los daños que se derivan de estos (Maitra y McGowan, 2012), las consecuencias de lo escrito. Entre los daños constitutivos se incluyen efectos tales como el silenciamiento de los objetivos del discurso de odio; los daños personales, por ejemplo, el sufrimiento psicológico; los daños sociales, como las restricciones a la libertad de circulación; y los efectos indirectos, incluidos los daños a la dignidad o el mantenimiento de los desequilibrios de poder (Gelber y McNamara, 2015). Por otra parte, los daños consiguientes pueden incluir persuadir a los oyentes (o lectores) a creer en estereotipos negativos que los lleven a participar en otras conductas dañinas; dar forma a la preferencia de los oyentes o lectores y persuadirlos de estereotipos negativos; condicionar el ambiente para normalizar la expresión de estereotipos negativos y el comportamiento discriminatorio adicional, a menudo de manera inconsciente; y hacer que los oyentes o lectores del discurso de odio imiten el comportamiento (Maitra y McGowan,

2012). Del mismo modo, aquellos internautas que no experimentan el discurso de odio directamente, pero sí lo observan como espectadores, pueden estar influenciados por los mensajes diseminados por ideologías de odio, o incluso ser estimulados a participar en actos de violencia por parte de comunidades virtuales (Oksanen *et al.*, 2014).

De acuerdo con lo dicho, no hay duda de que el discurso de odio *online* puede tener, y tiene, consecuencias graves en la vida fuera de Internet,[4] donde la retórica racista y xenófoba justifica los delitos de odio *offline* o incluso incita a cometerlos. El aumento en el contenido de odio *online* tiene un efecto directo en los delitos de odio racistas *offline* (Chan *et al.*, 2016). Los propios juicios y sumarios muestran que, detrás de todos los delitos de odio *offline*, hay un largo historial de discurso de odio *online*, y así lo confirman distintos estudios, como el de Wolf (2004), sobre los crímenes de odio relacionados con el material de discurso de odio en Internet, o trabajos como el de Chan *et al.* (2016), que evidencian con claridad cómo el acceso a Internet incrementa la incidencia de los delitos de odio racista cometidos por perpetradores «marginales» o «aislados».[5]

Además de estos estudios, otros anteriores sobre el discurso de odio en Internet se han centrado principalmente en el contenido y su difusión, y en la persecución desde una perspectiva jurídica,[6] mientras que otros lo han analizado en relación con algunos grupos específicos, en especial en el caso de la islamofobia.[7] No obstante, si bien en los últimos años un creciente cuerpo de literatura ha tratado la problemática del acoso cibernético o *ciberbullying*, sobre todo entre los adolescentes,[8] todavía son pocas las investigaciones enfocadas en la relación de los jóvenes con el discurso de odio *online*. Una excep-

4 Véanse, por ejemplo, Daniels, 2008; Copsey *et al.*, 2013.

5 En inglés reciben el nombre de *lone wolves*.

6 Véanse, por ejemplo, Glaser *et al.*, 2002; Marrón, 2009; Henry, 2009; Waldron, 2012; Foxman y Wolf, 2013.

7 Véanse, por ejemplo, Ekman, 2015; Awan, 2014.

8 Véanse, por ejemplo, Garaigordobil, 2015; Nilan *et al.*, 2015; Kowalski *et al.*, 2014.

ción la constituye un estudio cuantitativo realizado por Oksanen *et al.* (2014) en Finlandia, con la participación de 723 usuarios de Facebook de 15 a 18 años. Los resultados muestran que la exposición a mensajes de odio es alta (67% de los encuestados) y que el porcentaje de víctimas directas de este tipo de mensajes también es muy significativo (21%). De los encuestados en aquel estudio, el 70% había llegado al contenido de odio por accidente, lo cual pone de manifiesto la facilidad con la que se puede acceder a esta clase de material. Facebook y YouTube fueron los sitios más comunes donde se encontraron expresiones de odio (Oksanen *et al.*, 2014). Por otro lado, según la encuesta EU Kids *Online*, realizada en 2010, solo el 18% de los jóvenes de 15 y 16 años habían visto discursos de odio en Internet (Livingstone *et al.*, 2011). Si bien ambos estudios utilizan una definición bastante amplia del discurso de odio,[9] debemos tener en cuenta la época en que se realizaron. En los últimos años el uso de las redes sociales ha aumentado, tanto entre el público en general como entre los grupos que difunden mensajes de odio, y además han surgido nuevas plataformas que están resultando especialmente populares entre la generación más joven, como por ejemplo Instagram. En todos los casos, queda claramente reflejado cómo el discurso de odio en Internet resulta inherentemente vinculado a las expresiones de odio en todos los ámbitos y manifestaciones de nuestra sociedad, lo cual genera un sinfín de desafíos que se deben abordar, tal como se hace en el espacio social no virtual.

9 Livingstone se refiere a «mensajes de odio que atacan a ciertos grupos o individuos», mientras que Oksanen *et al.* definen el discurso de odio «como un acto que expresa odio de forma dañina y amenazante hacia personas o colectivos humanos».

Lo social por lo virtual, lo virtual por lo social

> Consideramos que hay todo un intento por tratar de justificar o responsabilizar al inmigrante del fracaso, el fraude, la corrupción, de todos los males en esta sociedad. Han construido un enemigo simbólico que somos nosotros y eso atraviesa todas las áreas.[1]

Tanto los debates académicos como los resultados de la investigación llevada a cabo exponen de forma manifiesta cómo el discurso de odio es un espejo del clima social y cultural en el que este se inserta. Por consiguiente, a fin de analizar y conocer el discurso de odio en las redes, debemos explorar y reflexionar sobre el contexto social actual, así como sobre los acontecimientos específicos que pueden facilitar la emergencia de brotes racistas y xenófobos, con consecuencias directas en la red. Como telón de fondo actual, debemos partir de que la crisis económica y social de la última década ha afectado a todo el contexto europeo en mayor o menor medida. Se trata de una derivación que, a menudo, se ha utilizado como pretexto para castigar a los grupos más vulnerables, como los inmigrantes y minorías religiosas, lo cual ha hecho aumentar las expresiones de odio *online*, como nos explica este profesional de Rumanía:

> El discurso de odio está motivado por aspectos socioeconómicos. El origen étnico no es el problema fundamental, sino el origen social, porque existe la idea errónea de que el desconocido pone en peligro la seguridad social [RO–P1].

1 Educador social de una ONG, España, ES-P5.

Sin embargo, como en el caso de la cita anterior, la mayoría de los profesionales que trabajan con la red puntualizan la importancia de asumir que el problema de los brotes racistas en la red y el consecuente discurso de odio no obedece solo a incidentes o temporadas concretas, sino que debemos investigar las causas en los contextos histórico-culturales más extensos. Se trata, pues, de elementos presentes en nuestra sociedad, fomentados por distintas construcciones que, en periodos de tiempo concretos, encuentran más fácilmente un espacio para expresarse. Son el fruto de discursos populistas que distorsionan abiertamente los hechos para culpar a grupos enteros de personas —considerados «otros»— de los problemas de todo un país e incluso de un continente —como Europa—. La falacia de la problematización de procesos como la inmigración o el asilo deriva en la construcción del *folk devil* (Cohen, 1972), al fomentar un tipo de determinismo que parece abrazar las perspectivas de victimización cultural, social y económica, desde una profunda desconfianza y apatía hacia la política actual. El éxito de recientes campañas contra la inmigración en toda Europa ha proyectado, en cierta forma, una «legitimación» del mensaje moral de que los comportamientos antiinmigración también forman parte de nuestra sociedad. Sin embargo, estas campañas no resultan gratuitas y tienen efectos tanto a largo como a corto plazo. Por ejemplo, en el caso de la campaña Brexit de 2016 en Reino Unido, creció visiblemente el número de delitos de odio y abusos racistas denunciados a la policía inmediatamente después del referéndum (Jubany, 2017a).

Esta realidad se muestra también de forma clara en el clima de exacerbación creado en los países donde se ha llevado a cabo el estudio, como por ejemplo en el Reino Unido, España y Rumanía, donde los profesionales apuntan a que el contexto de racismo en la red está directamente condicionado por las campañas políticas e intereses económicos, como se ha evidenciado en las consultas electorales realizadas en toda Europa en las mismas fechas que el estudio, en 2015. No se trata, pues, de que los periodos electorales produzcan

racismo en sí, sino que ofrecen la oportunidad de que este se exprese de forma extensa y legitimada. Por ello, al margen de las campañas de los recientes años —como la del mencionado Brexit en Reino Unido o las presidenciales de Austria y EE. UU.—, en todos los países de Europa hay partidos políticos que están contribuyendo al auge del discurso racista (Jubany, 2017a). Destaca también, por ejemplo, el caso del Front National en Francia, el actual Partido Popular en España, la Liga Norte en Italia y una serie de pequeños partidos de extrema derecha en todos los países que, más o menos explícitamente, expresan mensajes de odio hacia los inmigrantes y las minorías.[2]

Por otra parte, los medios de comunicación aparecen como un factor clave que contribuye a la creación y exacerbación del discurso de odio en Internet, y que a menudo sirve también a los intereses de los partidos políticos. De hecho, distintos estudios apuntan cómo los vínculos entre delincuencia, desviación e inmigración son tema común en los informes de los gobiernos y los medios de comunicación en Europa (Welch y Schuster, 2005). Por ende, la presión de las empresas de medios de comunicación para «crear escándalo» y captar la atención de los lectores lleva al uso de titulares sensacionalistas y populistas, que transmiten la idea de que los inmigrantes o los refugiados constituyen una amenaza y provocan debates *online* que muchas veces contienen comentarios racistas. En este sentido, la imagen negativa de los refugiados y los inmigrantes ya no se transmite solamente de manera sutil para reforzar argumentos sobre seguridad y soberanía, sino que se ha convertido en el fundamento de un mensaje abiertamente antiinmigración (Jubany, 2018), En Reino Unido, por ejemplo, una estrategia recurrente en los medios de comunicación es mencionar a los inmigrantes que «invaden» el país y suponen «una amenaza» para la sociedad, utilizando términos como «inundaciones» o «maremotos» para referirse a la llegada de personas en procesos migratorios. A pesar de que la realidad muestra cómo la inmigra-

2 Una selección de estos partidos se analizará más adelante.

ción y los refugiados siempre han sido beneficiosos para el Reino Unido, la campaña del Brexit se basó en gran medida en la suposición de que todos los problemas de la sociedad se resolverían manteniendo al «otro» fuera del territorio. Además, como apuntábamos, lo que hace unos años se consideraban sentimientos latentes, como el racismo y la xenofobia, con estas campañas adquieren una apariencia de cohesión social. Los efectos de estas estrategias de polarización y exclusión social se traducen en las nuevas fronteras mentales que se han erigido entre «nosotros» y «ellos» y en los prejuicios basados en los sedimentos envenenados del racismo, el colonialismo y la construcción del «otro» (Solomos, 2001). Campañas que se trasladan de forma inmediata y literal a las plataformas de las redes sociales, donde su contenido resulta aún más perverso y más difícil de controlar, por lo que exacerba el propio discurso de odio y sus consecuencias.

En cuanto a las personas y colectivos que sufren este clima cada vez más hostil, la comunidad musulmana aparece como el grupo que recibe el mayor número de ataques de odio actualmente en Europa, pues en los últimos años se observa un aumento continuado de islamofobia. Algunos informes indican que dicho aumento es sustancialmente mayor en los nuevos medios y las redes sociales que en los medios de comunicación tradicionales (Observatorio Andalusí, 2014). A modo de ilustración, la ONG TellMama registró 548 incidentes contra los musulmanes en el Reino Unido en 2014, dos tercios de los cuales se llevaron a cabo en Internet.

Por lo que concierne al contexto temporal, ya hemos apuntado que este es también un factor crítico. Si bien el racismo y el discurso de odio son fruto de un largo cultivo social y cultural, estudios previos muestran que este discurso tiende a acentuarse en la red en ciertos momentos, después de los llamados «eventos detonantes». Se trata de acontecimientos que activan una serie de reacciones por parte de la opinión pública (King y Sutton, 2013) que conducen al encrespamiento dialógico y finalmente al discurso de odio. En los últimos años han aumentado las expresiones de odio contra la comunidad

musulmana, particularmente en Internet, con picos después de sucesos específicos, como el ataque de 2015 en París, 2016 en Niza o 2017 en Barcelona. En esos momentos específicos, el discurso de odio *online* contra la comunidad musulmana creció masivamente, no solo en Francia, sino también en otros países europeos. A modo de ejemplo, el tercer *hashtag* de Twitter más usado en España después de los ataques de París fue #matadatodoslosmusulmanes.[3] En el Reino Unido, el asesinato de Lee Rigby, en mayo de 2013, activó los delitos de odio y la incitación al odio contra los musulmanes en los medios digitales (Awan, 2014). Mientras que antes de este incidente, entre abril de 2012 y abril de 2013, hubo un promedio de 22 delitos de odio por mes contra la comunidad musulmana, en mayo de 2013, inmediatamente después del asesinato de Lee Rigby, el número se elevó a 109.[4]

A pesar de estas cifras, hay que tener en cuenta que las redes incluyen una gran cantidad de incidentes no denunciados. Como observaremos más adelante, el análisis del uso de las redes sociales de algunos partidos xenófobos, como en el caso de los británicos, revela una enorme cantidad de comentarios contra la comunidad musulmana hechos por los seguidores de estos partidos en sus perfiles de redes sociales (donde no hay moderador), que son visibles de cara al público y no se denuncian. Sin embargo, también encontramos hechos denunciados en el Reino Unido, tras la difusión de mensajes de odio en las redes sociales, que han sido penados bajo la ley de orden público de 1986 (*Public Order Act*). Un buen ejemplo es el reciente episodio, aún sometido a investigación, de los comentarios racistas de la columnista Kate Hopkins en relación con las noticias sobre las muertes en el Mediterráneo.[5]

3 Búsqueda en Twitter de *hashtags* durante la semana posterior al atentado.

4 Tell Mama: http://tellmamauk.org/anti-muslim-hate-crimes-2012-2014-in-london-an-analysis-of-the-situation/.

5 www.rt.com/uk/254861-icc-hopkins-sun-legal/.

Cabe destacar que, de los casos de estudio incluidos en la investigación, Rumanía es la excepción como país, si bien tiene un índice de inmigración mucho menor que los otros países estudiados. En Rumanía, más allá de los colectivos de personas inmigrantes, otras minorías tienden a ser el grupo objetivo de las expresiones de odio; en particular la comunidad gitana, pero también la húngara, la judía y las personas LGBTI. Los gitanos son igualmente uno de los grupos más afectados por el discurso de odio en España, Francia e Italia, y las expresiones de odio antisemita están asimismo muy presentes en la mayoría de los países. Otros grupos que sufren esta discriminación son los migrantes o refugiados recién llegados a Europa, en particular los procedentes de países africanos y de Oriente Medio; y en el Reino Unido, los migrantes de la Europa del Este.

Detrás de las cifras

En las sociedades contemporáneas europeas, el discurso de odio en Internet es objeto de una denuncia que va en aumento, en gran parte por la atención que ha recibido al tratarse de un fenómeno creciente. Sin embargo, se desconoce el alcance exacto de la problemática ya que, como hemos apuntado, existe una escasez de estudios cualitativos pero también de estadísticas, y las estadísticas existentes presentan además graves carencias. Esto se debe fundamentalmente a que las cifras a menudo solo muestran una parte de la realidad, ya que se basan en las denuncias de usuarios recogidas por cuerpos de seguridad y agencias de control. Este hecho viene confirmado por todos los expertos entrevistados, quienes advierten sobre la enorme tendencia a no denunciar por parte de las víctimas directas, que es aún mayor entre quienes son testigos. Varias fuentes indican que entre el 60% y el 90% de los delitos de odio, tanto por racismo como por discriminación de género, no se denuncian. Entre estas, un informe de la Agencia de los Derechos Fundamentales de la Unión

Europea expone que una media del 82% de las personas de grupos minoritarios que han sido víctimas de discriminación no han denunciado el hecho (FRA, 2009). En este sentido, Gómez Martín (Gómez Martín *et al.*, 2015) señala una serie de motivaciones de las víctimas para no denunciar, tales como la discriminación como vivencia cotidiana y «normal»; la creencia de que nada pasará; la desconfianza o miedo a la policía; el miedo a las represalias; la extrema vulnerabilidad de cierto tipo de víctimas, por ejemplo, las personas sin hogar; la falta de conocimiento de la ley; la vergüenza; la negación o minimización del impacto y la gravedad del delito; y, finalmente, el miedo a desvelar su filiación étnica, religiosa o política. La mayoría de estas razones quedaron confirmadas con los resultados del estudio etnográfico llevado a cabo, como se mostrará más adelante.

Apuntada esta problemática de falta de fiabilidad y carencia de estadísticas actuales, cabe revisar los pocos datos fragmentados que existen. En Italia los datos sobre delitos de odio son muy limitados, pero hay algunas estadísticas sobre incidentes específicos en Internet. Estas apuntan que, en el año 2013, el número de casos de discriminación *online* denunciados al organismo de igualdad UNAR[6] fue, por primera vez, mayor que el número de casos de discriminación *offline*. En 2014, UNAR registró 347 casos de manifestaciones racistas en las redes sociales, de los cuales más del 50% tuvieron lugar en Facebook y el resto en Twitter y YouTube. En el pasado había habido casos penales relacionados con grupos como la sección italiana de Stormfront; pero, según representantes de la Policía Postal Italiana[7]

6 UNAR (Uffizio Nazionale Antidiscriminazione Razziali) es la oficina italiana para la promoción de la igualdad de trato y la eliminación de la discriminación basada en el origen racial o étnico.

7 Este cuerpo policial (en italiano, Polizia Postale e delle Comunicazioni) se ocupa de los delitos que se llevan a cabo en los medios de comunicación, incluyendo Internet (delitos cibernéticos).

y el OSCAD,[8] estos grupos actualmente están bajo control de la policía y han reducido su actividad. Estos profesionales también hacen hincapié en que las expresiones de odio en Italia están muy generalizadas y tienden a ser emitidas por individuos en lugar de grupos organizados. Una gran parte del problema reside en que, en la actualidad, los discursos racistas se han normalizado en la arena política y pública. Tal y como explica una periodista:

> El verdadero problema no es que Internet es el Far West: el problema es que todo nuestro país se ha convertido en el Far West [periodista, Italia, IT-P5].

En España, hasta ahora, no ha habido estadísticas oficiales acerca de los delitos de odio. Sin embargo, esta situación está cambiando con el desarrollo de un nuevo protocolo para que los cuerpos de seguridad recojan casos de delitos de odio, incluyendo los cometidos a través de Internet y las redes sociales.[9] Teniendo en cuenta lo anterior, en 2015 se registraron 1.328 casos de delitos de odio en España, lo que supone un incremento del 3,3% con respecto a 2014. El ámbito de «racismo/xenofobia» supone un 38% del total de los incidentes conocidos. Del total mencionado de delitos de odio que se denunciaron en 2015, los relacionados con el discurso de odio fueron 177 y, de

8 OSCAD (L'Osservatorio per la Sicurezza contro gli Atti Discriminatori) es un organismo interdepartamental (la Policía Estatal y carabineros) incorporado al Departamento de Seguridad Pública - Dirección Central de Policía Criminal, que se estableció con el fin de facilitar el derecho a la igualdad ante la ley y a la protección contra la discriminación a las personas que son víctimas de los delitos de odio.

9 «Protocolo de actuación de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado ante los delitos de odio». Fuente: www.interior.gob.es/web/interior/prensa/noticias/-/asset_publisher/GHU8Ap6ztgsg/content/id/2990387. En este sentido, también cabe mencionar el proyecto FIRIR, de la UE, que ha desarrollado un manual de formación para los cuerpos de seguridad llamado «Manual para la formación de fuerzas de seguridad en la identificación y registro de incidentes racistas o xenófobos», mediante el cual se han formado 800 agentes en España.

estos, las injurias y las amenazas fueron los hechos delictivos más denunciados. Estos delitos se producen, principalmente, a través de Internet (46,2%) y mediante telefonía/comunicaciones (26,5%), seguidos de las redes sociales (9,4%) y los medios de comunicación social (8,5%).[10] Por otra parte, la organización Movimiento Contra la Intolerancia informa que el número de casos recogidos por ellos cada año asciende hasta los 4.000 (MCI, 2012). En cuanto a las denuncias procesadas por vía jurídica por incitación al odio *online*, la mayoría están relacionadas con grupos neonazis y con la difusión de su ideología a través de Internet. Uno de los casos en curso está directamente vinculado con las redes sociales, y se procede contra el administrador de una página de Facebook por emitir comentarios xenófobos y antisemitas. Además, muchos de los hechos denunciados en Cataluña a la policía o al fiscal se refieren a expresiones de odio contra los catalanes, como por ejemplo los *tuits* anticatalanes después del accidente de avión de Germanwings en marzo de 2015. En este sentido, es interesante observar que, si bien la gran mayoría del discurso de odio en Internet, como el que atenta contra los musulmanes, no se denuncia, el que está orientado a la población autóctona sí parece denunciarse e investigarse en mayor medida. Este es un elemento preocupante que también expusieron los profesionales entrevistados, puesto que conlleva la lectura de que solo se asume la importancia de denunciar y castigar el discurso de odio cuando este fenómeno se percibe como algo cercano.

En Francia, las estadísticas que recogen datos sobre el origen étnico y religioso están prohibidas constitucionalmente, por lo que la falta de estadísticas sobre el racismo, la xenofobia y la incitación al odio es aún más notable que en los demás países. Sin embargo, una ONG entrevistada revelaba que su oficina recibió en 2014 1.728 denuncias por contenido de odio, de las cuales Facebook representaba el 31%, el 18% procedía de Twitter, el 17% de las redes sociales

10 Cifras oficiales del Ministerio del Interior, 2016.

en general, el 12% de blogs, el 8% de foros, el 12% de vídeos (principalmente YouTube y Daily Motion) y, finalmente, el 1% de videojuegos.[11]

Por otro lado, mientras que en Rumanía las estadísticas sobre delitos de odio y el discurso de odio son escasas, hay dos estudios que cabe destacar: el primero analiza la actitud de los lectores digitales hacia las personas gitanas, y concluye que alrededor del 10% de los comentarios de los usuarios contenían mensajes de odio directos y explícitos que podrían estar sujetos a sanciones legales. El segundo estudio, basado en el análisis de más de 6.000 comentarios de los usuarios en siete medios de comunicación digitales, identificó expresiones de odio en casi el 38% de los comentarios (Petnehazi, 2012). En este sentido, el representante del Organismo para la Igualdad opina que «Facebook contribuye a la exposición de odio. Las redes sociales han democratizado decisivamente el discurso de odio» [RO-P5]. Igualmente, los expertos rumanos exponen que Internet y las redes sociales son las principales herramientas utilizadas en Rumanía por los políticos para promover su agenda:

> Creo que nuestro presidente habla más en Facebook que en la televisión o en los debates públicos. Los políticos han comenzado a comprender la importancia de las comunidades digitales, sobre todo porque hay capacidad de movilizar, de crear nuevos movimientos sociales. La gente se reúne y se moviliza en gran medida a través de Internet [politólogo, Rumanía, RO-P1].

Según los expertos entrevistados en todos los países, además de las redes sociales, las secciones de comentarios de periódicos digitales destacan por ser especialmente problemáticas, así como otras páginas y foros de carácter más general, que, al parecer, no se centran en un discurso contra la inmigración ni están conectados a grupos de

11 Entrevista con la responsable de temas legales de esta ONG, FR-P4.

extrema derecha.[12] Estos foros de discusión, de hecho, pueden ser más eficaces en la difusión de las expresiones de odio que otras webs más marginales o páginas de redes sociales de grupos de extrema derecha, debido al alto número de personas que atraen, y no solo a aquellas que ya tienen opiniones establecidas. Además, cuando el discurso de odio se produce a través de canales generalizados, el público que lo recibe no pone los filtros que se aplican cuando se recibe información de ciertas páginas o periódicos que se identifican como racistas o de extrema derecha. Así pues, este elemento contribuye a la normalización del discurso de odio y a la consecuente falta de acción contra él.

El uso de redes sociales por grupos extremistas

La cartografía del uso de las redes sociales por grupos extremistas elaborada en esta investigación ha puesto de manifiesto que los grupos de extrema derecha utilizan las diferentes plataformas —principalmente Facebook, Twitter y YouTube— para ganar adeptos, conectar con sus miembros y unirlos a través de mensajes excluyentes y de odio hacia ciertos grupos.[13] Mientras que la mayor parte de estos grupos solo están activos en las plataformas mencionadas (Facebook, Twitter y YouTube), el Front National francés constituye una excepción, ya que ha puesto en marcha una amplia estrategia en las redes

12 En el caso de España, por ejemplo, destaca la plataforma ForoCoches, un foro de discusión sobre coches, que a menudo contiene comentarios racistas y que incitan al odio.

13 Mientras que en el Reino Unido y España la investigación se ha centrado exclusivamente en partidos políticos con una agenda xenófoba, en Francia se ha añadido el medio de comunicación *online* Riposte Laïque y la asociación Terre et Peuple. También es el caso de Italia, donde se ha incluido Resistenza Nazionale, una web de «contrainformación» racista, así como una red de webs de extremistas católicos, Losai.eu/Radio Spada. En Rumanía, por otra parte, los partidos políticos tienden a conformarse en torno a un líder, por lo que se han tenido en cuenta tres individuos con sus perfiles personales en las redes sociales.

sociales —al parecer, para renovar su imagen y hacer que el partido sea más aceptable socialmente—, usando también canales como Google, Flickr e Instagram. En la tabla, a continuación, se detallan los «me gusta» o el número de seguidores de las tres plataformas principales, así como el número medio de mensajes por día en Facebook y Twitter y, en el caso de YouTube, los suscriptores y el número total de vídeos para cada partido.

Tabla. Actividad de grupos de extrema derecha en las redes sociales

País	Grupo	Facebook		Twitter		YouTube	
		«Me gusta»	Media publ./ día	Seguidores	Media publ./ día	Suscriptores	Total vídeos
ES	Alianza Nacional	–	–	6.738	1,1	278	19
ES	Democracia Nacional	1.401	1,6	6.100	2,7	372	64
ES	España 2000	17.186	0,5	6.068	1,1	668	140
ES	Movimiento Social Republicano	2.200	0,6	4.553	3,4	398	26
ES	Plataforma per Catalunya	5.846	6,0	1.749	8,7	34	14
FR	Bloc Identitaire	39.425	1,1	72.016	1,1	1.789	17
FR	Front National	219.931	6,8	72.294	45,0	12.599	177
FR	Jeune Nation	4.162	8,6	1.210	6,9	208	19
FR	Riposte Laïque	6.942	7,5	2.223	6,8	4.567	19
FR	Terre et Peuple	1.879	0,6	939	2,9	–	–
GB	Britain First	2.300	14,0	12.500	23,0	1.900	44
GB	British National Party	178.000	6,0	4.700	15,0	6.700	541
GB	English Defence League	173.000	9,9	2.300	14,0	880	78
GB	National Front	2.200	2,0	481	–	–	–
GB	UKIP	344.000	4,9	1.900	32,0	8.500	216
IT	CasaPound Italia	115.000	1,2	11.000	2,2	3.925	–
IT	Forza Nuova	135.527	2,9	6.787	2,0	1.240	17

(Continúa en la página siguiente.)

País	Grupo	Facebook		Twitter		YouTube	
		«Me gusta»	Media publ./ día	Seguidores	Media publ./ día	Suscriptores	Total vídeos
IT	Lega Nord	177.850	46,0	14.150	49,0	5.112	932
IT	Losai.eu/Radio Spada	152.000	3,0	1.981	2,0	19.881	145
IT	Resistenza Nazionale	24.000	2,2	721	8,7	194	–
RO	Bogdan Diaconu	110.007	2,8	539	4,8	15	7
RO	Corneliu Vadim Tudor	85.850	3,0	265	–	–	–
RO	Gheorghe Funar	901	2,2	–	–	–	–
RO	Greater Romania Party	902	–	–	–	45	27
RO	New Right Movement	1.126	3,4	9.068	–	476	108

Facebook

Como se ilustra en la tabla anterior, Facebook es con mucha diferencia el canal de red más utilizado y seguido por los grupos extremistas y de incitación al odio, así como la mayor plataforma de redes sociales en cuanto a número de usuarios. El número de seguidores de las páginas va desde 344.000 para el UKIP británico, casi 220.000 para el Front National francés, más de 170.000 para el British National Party, la English Defence League y la Lega Nord italiana, y unos sorprendentes 110.000 para el líder del partido rumano en auge Bogdan Diaconu, al escaso millar de los partidos rumanos más pequeños. En Francia, Rumanía, Italia y el Reino Unido, al menos uno de los grupos tiene una página en Facebook con más de 100.000 «me gusta», mientras que el grupo español con más seguidores en esta plataforma —España 2000— solo llega a 17.000. Aunque las páginas individuales de los líderes de los partidos no se han estudiado en profundidad en todos los países, es interesante observar cómo algunas de ellas —sobre todo en el caso del líder de la Lega Nord Matteo Salvini, con 986.457 «me gusta» en Facebook— tienen un número de

seguidores considerablemente mayor que las páginas oficiales de los partidos, lo cual corrobora la importancia de ciertas figuras públicas y la personalización de algunos partidos políticos, como se argumentaba anteriormente.

Los grupos con un alto nivel de seguidores también tienden a ser los más activos en las redes sociales. Por ejemplo, Britain First cuenta con la segunda tasa de actividad más alta de todos los partidos en Facebook, con un promedio de 14 mensajes por día, si bien solo alcanza los 2.300 seguidores. En este sentido, la Lega Nord italiana también se muestra extremadamente activa, con un promedio de 46 mensajes por día, lo que implica casi dos mensajes por hora.

Para analizar la difusión de los mensajes que emiten los partidos, y su repercusión inmediata, además del número de seguidores resulta esencial el nivel de interacción de los usuarios con las publicaciones. En este sentido, en la investigación se analizó una diversidad de artículos y posts relevantes. A modo de ilustración destacamos un artículo publicado por Britain First con la declaración siguiente: «El proyecto de ley de asilo cuesta 726.000 £ al día: las políticas de inmigración son un "caos", dicen los críticos». Dicha publicación en Facebook tuvo un total de 912 «me gusta», 1.042 «compartir» y 311 comentarios, lo que multiplicó enormemente el alcance del artículo. Sin embargo, en Twitter el mismo artículo solo se retuiteó dos veces. En Italia también se observa una mayor interacción de usuarios en Facebook que en Twitter, sobre todo en los casos de CasaPound Italia y Resistenza Nazionale. Por el contrario, el caso francés sugiere que los grupos utilizan Facebook principalmente como una plataforma de exhibición y autopromoción, en la que destacan las organizaciones y sus temas. Así pues, no se distinguen como plataformas interactivas, dado que en la mayoría de las páginas los seguidores no pueden publicar y, cuando pueden, los comentarios son moderados.

Twitter

Si bien no sorprende que, en general, los grupos políticos y agrupaciones de extrema derecha y extremistas tengan un menor número de seguidores en Twitter que en Facebook, sí destaca que estos tiendan a ser mucho más activos en Twitter. Por ejemplo, la Lega Nord tuitea un promedio de 49 veces al día a sus 14.000 seguidores; no obstante, también en Twitter el líder de este partido tiene considerablemente más seguidores que el perfil oficial. El Front National francés publica un promedio de 45 tuits por día, y el número de seguidores en esta plataforma es bastante elevado (72.294). Por otro lado, el UKIP británico tuitea un promedio de 32 veces al día a pesar de tener pocos seguidores (1.900), y los otros partidos del Reino Unido también tienden a ser muy activos, pero sin llegar a esa cifra por lo que concierne los seguidores. En comparación, el grupo español más activo en Twitter, Plataforma per Catalunya, solo llega a un promedio de 8,7 tuits por día, mientras que los otros grupos de España son muy poco activos, con entre 1,1 y 3,4 tuits por día. En Rumanía, por otra parte, solo uno de los casos estudiados, Bogdan Diaconu, muestra actualmente actividad en Twitter, donde suele publicar el mismo contenido que en su página de Facebook.

También hay que tener en cuenta que los tuits de estos partidos son accesibles públicamente, de modo que cualquier usuario de Internet puede leerlos sin estar registrado en Twitter o seguir el perfil. Esto implica que la audiencia y amplificación de los tuits puede llegar a ser mucho mayor que la cantidad de seguidores y, por tanto, también lo es la repercusión de estos mensajes y del discurso de odio. Los retuits contribuyen igualmente a la continua difusión de los mensajes, y, de hecho, a medida que el mensaje se va difundiendo y retuiteando, la despersonalización del mensaje parece también aumentar. Sin embargo, como hemos visto anteriormente en el ejemplo de Britain First, las mismas publicaciones se comparten en un grado mucho más alto en Facebook que en Twitter.

YouTube

Por lo que concierne a YouTube, y según muestran los resultados de la investigación, la tendencia general indica que los grupos de extrema derecha no son muy activos. Aunque muchos de los grupos abrieron sus cuentas hace varios años, la actividad en los últimos tiempos ha sido baja, por lo que la base de los seguidores no es muy amplia. Aun así, existen algunas excepciones, sobre todo Losai.eu/Radio Spada en Italia, que tiene casi 20.000 suscriptores y ha colgado 145 vídeos. En Francia se distingue el Front National, con 12.600 suscriptores y casi 180 vídeos colgados; en el Reino Unido, el UKIP y BNP, con 8.500 y 6.700 suscriptores, y 216 y 541 vídeos, respectivamente.

El uso principal de YouTube por parte de estos partidos y movimientos extremistas consiste en publicar vídeos en otras redes sociales, lo que sugiere que en muchos casos se utiliza esta plataforma, no tanto como una red social, sino más bien como mero «almacenamiento» o instrumento para otra plataforma. Podemos ver esta práctica en el caso de Italia, donde la Lega Nord tiene actualmente colgados en YouTube más de 900 vídeos. No obstante, esta organización cuenta solo con unos 5.000 suscriptores en esta plataforma, que es una cifra mucho más baja que la de sus otros perfiles de redes sociales. Si bien podemos encontrar multitud de discursos de odio en los contenidos de YouTube, este tiende a ser producto de blogueros individuales y no parte de grupos mayores con este fin.

El contenido en las plataformas

En cuanto al contenido que cada partido o movimiento de extrema derecha difunde, no encontramos una línea general que apunte más allá de los metamensajes de racismo y otros principios ya expuestos, y los mensajes suelen relegar los intereses específicos alrededor de los cuales construye su discurso. El estudio nos permitió analizar las

posiciones de los grupos y la interacción de los seguidores respecto a ciertas palabras y conceptos clave, vinculados al discurso de odio de carácter racista. En este sentido, el caso italiano muestra como la retórica de los grupos analizados se basa más en palabras populistas tradicionales que en palabras que inciten al odio abiertamente. Comparando estos resultados con las entrevistas a los profesionales, concluimos que la razón de esta carencia de mensajes directos en las plataformas principales se debe a que estos movimientos políticos y organizaciones buscan evitar sanciones y permanecer dentro de los límites de la retórica populista comúnmente aceptada en el debate público, con fórmulas que les permitan expandir el discurso de odio sin arriesgarse a sanciones o clausura de las webs.

La excepción entre los cinco contextos nacionales analizados la constituye el Reino Unido, en el que, al examinar de cerca los contenidos, hemos encontrado ejemplos de algunas de las posiciones y comentarios más extremistas, con una enorme cantidad de mensajes de odio contra la comunidad musulmana escritos por los seguidores de redes sociales de Britain First, la English Defense League, el British National Party y el National Front. Aunque la gran mayoría de las publicaciones e imágenes emitidas por los grupos y partidos no pueden definirse explícitamente como expresiones de odio de acuerdo con la definición legal, tienden a desencadenar comentarios de odio extremadamente hostiles por parte de los seguidores.

No hay texto sin contexto

Como hemos ido viendo, el discurso de odio *online* no se produce ni se desarrolla en un vacío, separado del mundo exterior a Internet, sino que es claramente un reflejo del contexto sociocultural en el que se encuentra inmerso. A pesar de la carencia general de estadísticas y la enorme tendencia a no denunciar delitos y expresiones de odio por parte de las víctimas y de los usuarios/espectadores de la red,

todo apunta a un aumento continuo, sobre todo en lo que concierne a la islamofobia en las redes sociales. Este aumento, además, resulta manifiestamente fomentado por el trato político y mediático de ciertos hechos desencadenantes, como por ejemplo los recientes atentados terroristas o las campañas políticas.

El papel de los medios de comunicación y de la construcción de los mensajes políticos en Europa son factores clave, cuya importancia se ha observado recientemente en Inglaterra con el incremento de discursos y delitos de odio xenófobos después del referéndum del Brexit. Los vínculos entre delincuencia, desviación e inmigración han sido un tema común en los informes gubernamentales y los medios de comunicación en el Reino Unido (Welch y Schuster, 2005), y la concepción social de la «ilegalidad» vinculada a la «alteridad» y por ende al racismo constituye una cuestión apremiante. No se evidencia interés alguno en exponer las raíces de los temores de las sociedades o desmentir los mitos que sustentan el racismo, sino que los medios de comunicación y los políticos perciben y representan a las comunidades más vulnerables como el blanco fácil (Bauman, 2007). Controlar la llegada de personas en procesos de inmigración, por ejemplo, se ha convertido en una herramienta política, sostenida por una creciente intolerancia hacia «el otro» desesperado (Bauman, 2007), una postura claramente enunciada durante las distintas campañas políticas de las que hemos sido testigos en los últimos años. Además, a lo largo de las recientes elecciones locales, nacionales y supranacionales en la UE, los grupos nacionalistas y de extrema derecha han logrado avances significativos gracias a plataformas contra la inmigración que parecen ser más abiertas sobre sus flagrantes posiciones racistas (Jubany, 2017a).

En esta línea, los movimientos políticos utilizan con frecuencia las redes sociales para promover sus iniciativas, sus posiciones y su papel en el debate público, así como para hacer difusión de sus actividades y manifestaciones. Muchos grupos extremistas también aprovechan la situación política y los eventos desencadenantes, y usan las

redes sociales para crear alarmismo y propagar ideales extremistas. Tanto Facebook como Twitter se monopolizan como plataformas abiertas donde los mensajes de odio —hostiles, perturbadores y no impugnados— contra ciertos grupos o colectivos se propagan a la velocidad de un clic.

La instantaneidad con la que se comparte este tipo de mensajes y discursos de odio, junto con una actitud de los proveedores de redes sociales que se puede caracterizar como *laissez-faire*, hace que la cuestión del discurso de odio *online* sea un problema extremadamente complejo de regular. Así, aunque la tendencia va cambiando, por el momento las redes sociales ofrecen un espacio relativamente «seguro» para que los partidos de extrema derecha y sus seguidores compartan enemistad contra determinados grupos, de modo que las expresiones de odio unen y dividen al mismo tiempo. Este uso de Internet podría también radicalizar el debate público, exponiendo incluso a los usuarios corrientes a las ideas de los grupos extremistas (Caldiron, 2013). En este sentido, cabe destacar la necesidad de llevar a cabo más estudios que investiguen esta relación de causalidad y examinen los límites de lo simbólico y el peligro del llamado «activismo digital». El caso italiano de Stormfront advierte del riesgo que puede haber en la transición de un grupo que solo es activo en Internet a un grupo que acabe llevando a cabo actos de violencia fuera de Internet. Esto apunta, una vez más, a la existencia de un contínuum entre lo virtual y lo real (Andrisani, 2014), y evidencia el vínculo indivisible entre lo que sucede en Internet y las consecuencias en la sociedad *offline*, y viceversa.

Colaboración entre organizaciones y países

El problema de la justicia es que tiene fronteras, pero la criminalidad de hoy no tiene fronteras.[1]

Este capítulo presenta un análisis de las diferentes perspectivas de las instituciones y organizaciones que trabajan en áreas relacionadas con la lucha y la prevención del discurso de odio en la red, fundamentado en los datos etnográficos recogidos. La experiencia de los profesionales pertenecientes a distintos colectivos e instituciones ofrece diversidad de significaciones según las múltiples —y a menudo opuestas— configuraciones del discurso de odio en la red.

Fuerzas de seguridad

La primera evidencia que se obtiene al estudiar la lucha contra el discurso de odio por parte de las fuerzas de seguridad es que, a pesar del alarmante aumento de este problema, las fuerzas policiales carecen de preparación suficiente para abordarlo. La falta de la necesaria formación en la lucha contra el discurso de odio es el primer obstáculo que afrontan los responsables de asegurar una intervención efectiva. En la mayoría de los países de Europa, la policía apenas empieza a estar preparada adecuadamente para enfrentar los delitos de odio en las calles, y dista de estarlo en las redes. La necesidad de cursos especializados se pone de manifiesto en todos los países de Europa, y así lo sostienen todos los profesionales.

1 Fiscal, España, ES-P4.

Además, una de las principales dificultades que limitan la acción de las fuerzas de seguridad es que, como se ha mencionado, existe una marcada tendencia a no denunciar el discurso y los delitos de odio por parte de ninguno de los actores involucrados. En este sentido, en países como España e Italia, la policía ha hecho una serie de progresos en los últimos años, destinados a aumentar el porcentaje de casos denunciados y contribuir así a un mejor abordaje del problema al mismo tiempo que a una mayor sensibilización pública. Sin embargo, los esfuerzos realizados hasta el momento parecen concentrarse más en el campo de la homofobia y la discriminación LGBTI que en el del racismo y la xenofobia. A modo de ejemplo, el protocolo de la policía catalana —los Mossos— para lidiar con los delitos de odio se desarrolló en un principio para los delitos contra la comunidad LGBTI, y posteriormente se amplió para incluir los delitos de odio motivados por el origen étnico o la religión. Esta iniciativa ha sido, de hecho, el detonante de toda la red de fiscales contra la discriminación en España, que explicaremos más adelante, y que es sin duda la principal herramienta actual para combatir el discurso de odio. La experiencia de crear redes de colaboración entre las fuerzas de seguridad y la sociedad civil en temas LGBTI ha resultado un elemento crucial para sensibilizar a las posibles víctimas, así como a los mismos cuerpos policiales, acerca de los derechos y herramientas disponibles para presentar denuncias.

En cierta medida, las propias fuerzas policiales reconocen la falta de sensibilidad cuando se trata de grupos vulnerables, y así se hizo patente en las entrevistas llevadas a cabo. No obstante, también se evidencia la necesidad de redoblar los esfuerzos para conseguir un cambio de actitud respecto a la relevancia de este fenómeno, pero se trata de un proceso a largo término. Es importante anotar que se observan diferencias en las actitudes hacia el discurso de odio y, por lo tanto, en la colaboración entre los distintos grupos. En Italia, por ejemplo, encontramos una notable diferencia entre la respuesta a los actos de antisemitismo y a los de antigitanismo por parte de la propia poli-

cía. Por un lado, la condena histórica y generalizada del antisemitismo ha dado lugar a una relación de confianza entre la comunidad judía y la aplicación de la ley; por el contrario, la actitud tradicionalmente discriminatoria de las instituciones y la sociedad hacia la comunidad gitana se traduce en una falta de sensibilidad por parte de las fuerzas de seguridad hacia este colectivo, como vemos reflejado en esta cita de un policía italiano: «Si tuviera que decir un problema donde hay una total desconfianza, diría el antigitanismo: este es el tema en el que, incluso dentro de la policía, hay más desconfianza» [IT-P4].

La falta de denuncias es, como hemos apuntado, una importante limitación para el desarrollo del marco legal. Puesto que la mayoría de las investigaciones sobre el discurso de odio en Internet son «reactivas» —es decir, se basan en denuncias específicas hechas por víctimas directas—, los resultados de tales informes tienden a concluir que, al haber pocas denuncias, hay pocos delitos de odio, lo que, como hemos visto, es un falseamiento de la realidad y representa un gran perjuicio para la visualización del fenómeno. A fin de incrementar el número de denuncias, en países como España se prevé la posibilidad de que la denuncia la interponga una tercera parte. En este país, el discurso de odio penalmente perseguible está previsto en una serie de artículos del código penal, entre ellos el 510 (promoción, favorecimiento o incitación al odio, la hostilidad, la discriminación o la violencia), el 525 (ofensas a sentimientos religiosos) y el 578 (enaltecimiento o justificación del terrorismo), delitos todos ellos públicos, perseguibles de oficio y en los que cualquier ciudadano puede presentar denuncia por su comisión. Además, la ley permite que cualquier persona, incluidas las personas jurídicas (entidades, ONG, administraciones), pueda no solo denunciar el discurso de odio, sino también personarse en los procedimientos judiciales y ejercer la acción popular. En otros países como Italia, en cambio, la denuncia hecha por una tercera parte no está prevista ni permitida.

Por otro lado, debido a la falta de recursos, el discurso de odio expresado de manera general contra ciertos colectivos (por ejemplo,

contra la comunidad gitana) tampoco tiende a ser investigado. Aunque la policía investigue todas las denuncias recibidas, la interpretación de la libertad de expresión hace que habitualmente solo las amenazas directas contra una víctima en concreto se perciban como casos viables para comenzar un proceso legal. La excepción, como ya hemos visto, son los casos de discurso de odio que están orientados a la población autóctona (como, por ejemplo, los tuits anticatalanes después del accidente de avión de Germanwings en marzo de 2015), que sí parecen denunciarse e investigarse en mayor medida. En lo que se refiere a la islamofobia, la policía catalana ha constatado un creciente prejuicio contra la comunidad musulmana, manifestado a través de quejas de personas que los acusan de ser posibles terroristas porque han observado algún comportamiento anormal. Así pues, curiosamente, la conciencia del aumento de la islamofobia no llega a la policía por medio de denuncias de acciones discriminatorias o de odio efectuadas contra musulmanes (que sin duda existen, pero no se denuncian), sino a través de informes contra musulmanes que demuestran esta islamofobia.

Además, las entrevistas a profesionales manifiestan un elemento clave, que es la falta de especialización en el discurso de odio. Aunque en la mayoría de los países hay unidades policiales específicas que se encargan de las denuncias de discurso de odio *online*, también se ocupan del resto de los delitos cometidos en Internet, de modo que no tienen los recursos necesarios para controlar exhaustivamente aquellos que se refieren a dicho discurso. En este sentido, destaca la medida adoptada por la Policía Postal italiana con el fin de mejorar esta situación: ha establecido una comisaría *online* para proporcionar información y aumentar las denuncias de los delitos en Internet. Sin embargo, esta comisaría es poco conocida entre la ciudadanía general y en el año 2014 solo recibió dos denuncias. Esta carencia de denuncias no es exclusiva de Italia ni de esta comisaría, sino que está vinculada a una falta de confianza en las fuerzas del orden por parte de las comunidades que suelen ser el objetivo del discurso de odio, así

como a una falta de conciencia y conocimiento de los derechos y deberes por lo que concierne a este fenómeno, como veremos más adelante en el análisis de las motivaciones para denunciar o no este delito.

Fiscalía y juristas

En lo que concierne a fiscalías y juristas, cabe mencionar que en la gran mayoría de los países de Europa existe una falta de conocimiento muy amplia sobre los instrumentos de los que se dispone para combatir el discurso de odio y la discriminación, lo cual también contribuye a la falta de denuncias. Sin embargo, en el caso de las fiscalías es importante destacar que en España se han establecido fiscales especiales para estos delitos en las cincuenta provincias del Estado, después de la experiencia pionera que se produjo en la provincia de Barcelona. El establecimiento de esta fiscalía surge en 2009 como iniciativa del actual fiscal especial de Delitos de Odio y Discriminación de Barcelona, Miguel Ángel Aguilar, quien desde entonces coordina el Servicio de Delitos de Odio y Discriminación y es un referente tanto a nivel estatal como europeo. Esta ha sido la primera fiscalía de esta naturaleza en toda Europa, y en el año 2013 fue reconocida como ejemplo de buena práctica europea por la Agencia de Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Estas fiscalías especializadas han contribuido claramente a procesar un número creciente de casos por la vía judicial, así como a visibilizar esta problemática y concienciar a los ciudadanos sobre ella.

A la hora de tratar y abordar los casos de discurso de odio *online* desde el punto de vista de la fiscalía, un elemento fundamental es el análisis del contexto en el que este se gesta. En ocasiones una sola frase, contenida por ejemplo en un tuit, puede ser suficiente para constituir un delito previsto y penado en el artículo 510 del código penal, por ser altamente lesivo de la dignidad de la persona o grupos

de personas a los que va dirigido. Pero en muchas ocasiones no es suficiente y es necesario efectuar una valoración del contexto social en el que se ha producido el hecho, analizando todo el perfil completo del autor, bien en esa red social o bien en otras, y comprobar la posible existencia de más frases del mismo tipo, la frecuencia con que las emite o el número de seguidores que tiene, así como verificar si ha expresado arrepentimiento o las ha retirado, si tiene antecedentes por estos hechos, si cuenta con liderazgo social, político o religioso, etc.

Por otro lado, hay una clara diferencia entre el procesamiento legal de casos de incitación al odio en las páginas web generalistas y en las redes sociales, ya que los servidores que alojan las páginas web están obligados por ley a facilitar información. No obstante, aunque la colaboración internacional es posible en cuanto a páginas web, los expertos tienden a considerar el sistema bastante ineficiente. Las empresas de redes sociales como Twitter y Facebook, por el contrario, tienden a no colaborar, algo que representa un obstáculo. En este sentido, cabe destacar que algunas de estas plataformas utilizan la diversificación de marcos legales a nivel internacional para eludir responsabilidades. Por ejemplo, el hecho de que en EE. UU. haya una libertad de expresión ilimitada supone que la mayoría de estas empresas estén registradas en este país para no tener que atenerse a denuncias o requerimientos de revelación de datos, cobijándose bajo la ley de privacidad de datos. Por lo tanto, como los profesionales apuntan reiteradamente a lo largo de las entrevistas, el problema de seguir la pista a personas en Internet no es tanto de índole técnica, sino más bien burocrática y, sobre todo, de voluntad de colaboración por parte de los proveedores de redes. En otras palabras, los profesionales coinciden en que la identidad de la mayoría de los perfiles anónimos se podría descubrir fácilmente –y facilitar así los casos abordados y procesados—, si no fuera por las limitaciones legales y la falta de colaboración y voluntad tanto de algunos países como de las propias plataformas.

El papel de las ONG

No cabe duda de que las organizaciones de la sociedad civil tienen un papel clave en la lucha contra el racismo y el discurso de odio tanto *online* como *offline*. Como ya se ha indicado, la colaboración entre la policía y la sociedad civil es un aspecto esencial para cumplir con el objetivo de aumentar el número de casos denunciados, ya que las víctimas de los colectivos vulnerables tienden a no denunciar directamente ante la policía, sino más bien ante las ONG, en parte por desconfianza y miedo, sobre todo en el caso de los inmigrantes en situaciones irregulares. En algunos países, notablemente Reino Unido, existe un amplio espectro de organizaciones que se ocupan de las expresiones de odio y los delitos de odio, algunas de las cuales se centran en grupos específicos, como TellMama, una ONG dedicada a denunciar cualquier forma de abuso contra los musulmanes.

En cuanto a las respuestas contra el discurso de odio *online*, los profesionales de las ONG reconocen que hay herramientas disponibles para contrarrestarlo, pero explican que estas son ampliamente desconocidas tanto por los usuarios en general como por las víctimas. En este sentido, las organizaciones de la sociedad civil denuncian la gravedad que representa la falta de conciencia sobre la existencia de estos mecanismos, tanto entre la población en general como entre los colectivos vulnerables y las víctimas directas del discurso de odio.

Por otro lado, encontramos también casos puntuales de colaboración entre ONG y proveedores de redes sociales en la lucha contra el discurso de odio. Este es el caso de una ONG francesa que dispone de una plataforma de denuncias y que ha establecido acuerdos con Facebook y Twitter. Dicha ONG organiza reuniones periódicas con los representantes de estas plataformas para perfeccionar los mecanismos de denuncia. Esto podría contribuir a mejorar la atención de las denuncias por parte de los proveedores de redes sociales, además de ser una forma de que estas plataformas tomen más conciencia de la gravedad de la difusión de odio en Internet, así como, en la

línea de lo que sugieren Keats Citron y Norton (2011), contribuir a crear conexiones entre todas las partes interesadas a fin de maximizar los esfuerzos.

Medios de comunicación y proveedores de redes sociales

Otras perspectivas importantes sobre la respuesta a las expresiones de odio en Internet son las de los medios de comunicación y los proveedores de redes sociales. Actualmente, los comentarios que los lectores hacen tras las entradas de los medios digitales constituyen una de las vías más importantes para la difusión del discurso de odio, ya que se producen en cualquier tipo de medio digital (no solo en los que se consideran de extrema derecha) y pueden llegar a cualquier lector de ese medio. Además, el peligro de extensión de este tipo de discurso se incrementa al provenir de medios generalistas a los que los lectores y usuarios de internet tienden a no poner filtros, como lo harían con textos provenientes de plataformas extremistas. Como ya se ha expuesto, titulares sensacionalistas —o simplemente relacionados con el tema de inmigración— tienden a provocar comentarios que muchas veces contienen opiniones racistas encadenadas. Estos comentarios pocas veces llevan a un debate fructuoso, sino que permiten más bien que la gente exprese sus sentimientos y opiniones, a menudo en términos brutales y deshumanizadores.

En este sentido, un obstáculo importante para combatir el discurso de odio, tal y como afirman los profesionales no vinculados a los medios de comunicación, es que los periódicos digitales y los proveedores de redes sociales tienden a percibirse como meros intermediarios para la discusión, y por lo tanto muchos consideran que tienen poca o ninguna responsabilidad en el contenido de las discusiones. Sin embargo, cada plataforma digital tiene su propio protocolo de moderación (o no) en relación con los comentarios que los lectores añaden a las noticias. Así, un periodista responsable de coor-

dinar una plataforma de blogs expresa su frustración al tratar de encontrar el equilibrio entre la libertad de expresión y el discurso de odio:

> Es muy frustrante para mí [...] tener que estar en la posición de explicar a alguien que utiliza nuestra plataforma de blogs las diferencias entre la libertad de expresión y el discurso de odio. Además, mi trabajo de edición se malinterpreta como una censura, a pesar de mis honestos esfuerzos para crear un espacio de debate creíble [periodista, Rumanía, RO-P2].

Hay ejemplos de iniciativas destinadas a proporcionar herramientas a los lectores de los periódicos digitales para contrastar y contrarrestar los comentarios que incitan al odio, como el proyecto español PROXI,[2] que entre noviembre de 2014 y julio de 2015 analizó un total de 4.777 comentarios en 414 foros de noticias sobre inmigración y población gitana publicadas en los periódicos *El País*, *El Mundo* y *20 Minutos*. Este proyecto lanzó además la campaña #ActúaConProxi en Twitter, con el objetivo de generar una red de colaboradores en las redes sociales para luchar contra el discurso intolerante y denunciar comentarios de odio en los medios. Con esta campaña consiguieron que los medios (en especial, el periódico *20 Minutos*) eliminaran comentarios de odio denunciados por el proyecto (Observatorio PROXI, 2015).

En lo que concierne a las redes sociales, se advierte la tendencia a un cambio que ya está en marcha. A finales de mayo de 2016, la Comisión Europea y las principales empresas de TI (Facebook, Twitter, YouTube y Microsoft) hicieron público un código de conducta con una serie de compromisos para hacer frente a la propagación de la incitación ilegal al odio en Internet en el contexto europeo. Al firmar este código, las empresas de TI se comprometen a continuar sus

2 www.observatorioproxi.org/.

esfuerzos para disminuir la incitación ilegal al odio en Internet. Estos esfuerzos incluyen la mejora de los procedimientos internos y la formación del personal para garantizar el examen de la mayoría de las notificaciones de incitación al odio en un plazo de menos de 24 horas y, en caso de que sea necesario, retirar tales contenidos o deshabilitar el acceso a ellos. Las empresas de TI y la Comisión Europea aspiran asimismo a proseguir su trabajo de búsqueda y promoción de «contradiscursos», nuevas ideas e iniciativas, y de apoyo a programas educativos que promuevan el pensamiento crítico.[3] Si bien no queda claro si las compañías también cambiarán sus políticas sobre el tipo de contenido que se considera ofensivo, se han comprometido a consolidar su colaboración con las organizaciones de la sociedad civil para que estas las ayuden a detectar discursos de odio. Como hemos visto anteriormente, ya existen ejemplos positivos de acuerdos entre ONG, Facebook y Twitter. Sin embargo, al margen de los acuerdos firmados, la colaboración expresa y evidenciada de estos responsables de las plataformas aún dista de existir, mientras que prevalece el riesgo de que tales acuerdos respondan más a una necesidad de lavar la imagen externa que a una voluntad de colaboración para condenar y erradicar el discurso de odio en Internet.

Facebook puesta a prueba

Dado el énfasis expresado por todos los participantes en la investigación sobre la falta de denuncias, que en gran medida se atribuye a la falta de reacción por parte de los mecanismos de denuncia existentes en las plataformas sociales, se decidió llevar a cabo un ensayo en una

3 Comisión Europea, comunicado de prensa: «La Comisión Europea y las empresas de TI anuncian un Código de conducta en materia de incitación ilegal al odio en Internet», Bruselas, 31 de mayo de 2016. Disponible en: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1937_es.htm.

de las mayores plataformas de red social, Facebook. Para tal ensayo se seleccionaron cien comentarios que atacaban a ciertos grupos vulnerables, la mayoría dirigidos a migrantes, solicitantes de asilo o refugiados, pero también a otros colectivos como la comunidad gitana o los musulmanes. La selección constó de comentarios que no solo eran claramente racistas o discriminatorios, sino que además incitaban abiertamente al odio o a la violencia. A modo de ilustración, entre los mensajes seleccionados figuraban expresiones tales como «matarlos a todos», «quemarlos», «exterminio», «son una plaga», como enunciados recurrentes y que dejan poco espacio para la interpretación.

El equipo de investigación denunció de forma anónima los cien comentarios, señalándolos como discurso de odio, mediante la herramienta integrada en la plataforma Facebook para tal fin. El tiempo de respuesta por parte de la plataforma fue breve, ya que todas las denuncias se analizaron en menos de 24 horas, lo que auguraba una potencial eficiencia del mecanismo. Sin embargo, en las respuestas se hizo evidente que tal velocidad de intervención no coincidía con su eficacia para tratar el discurso de odio. Del total de cien comentarios denunciados solo se retiraron nueve mensajes; los restantes 91 se mantuvieron en la red. Resulta muy revelador analizar cuál fue el criterio por el que se consideraron no ofensivos más del 90% de los mensajes, y sí los restantes. Puesto que las plataformas no informan sobre sus criterios de análisis de los mensajes, cabe suponer que la exclusión debe de fundamentarse en la dureza del contenido. Pero los resultados muestran que no es ese el caso, puesto que los escasos mensajes eliminados eran casi exactamente iguales a la mayoría de los que se decidió mantener. La prueba evidente de tal incoherencia y falta de criterio es que entre los comentarios que la plataforma decidió eliminar había mensajes que se referían a «volver a abrir los hornos», y entre los que decidió mantener, se hacía alusión explícita a los crematorios y cámaras de gas, como «Dachau llama...», y había comentarios de igual dureza, como «Matarlos a todos sin piedad». Según Facebook, estos últimos mensajes respetaban las «normas de la comunidad», es decir, de la

plataforma y la comunidad virtual. Otro tanto se aplica al lenguaje empleado: se retiraron ciertos comentarios, mientras que otros con la misma forma y lenguaje todavía están en la plataforma. La incoherencia de la decisión y la falta de criterio hablan por sí solas.

Para intentar esclarecer tal incongruencia, se investigó el proceso de denuncia y decisión de resolución de la plataforma Facebook. La primera barrera existente es que la compañía no hace públicos los criterios que aplica para decidir qué mensajes se consideran discurso de odio y cuáles no. Por tanto, cuando la plataforma responde que no considera discurso de odio un mensaje denunciado, no se ve obligada a ofrecer justificación alguna. Otro elemento es que, según explica la empresa, para revisar el contenido de todas las denuncias que le interponen dispone de equipos activos 24 horas al día, siete días a la semana. Es decir, según sus propias explicaciones, los mensajes son evaluados por personas físicas (y no programas) que deben tener en cuenta no solo las palabras, sino también el contexto. El hecho de que sean seres humanos —y no algoritmos— los que evalúan los comentarios, permite en teoría un trabajo mucho más adecuado y reflexivo. Sin embargo, aun si se trata de personas que evalúan cada denuncia, la inexistencia de criterios definidos puede conducir a desventajas importantes, tanto por la sensibilidad e interpretación personal de quien realiza esa tarea, como porque el margen de error puede ser significativo. En el caso de nuestro ensayo llama la atención, de hecho, que las notificaciones de los nueve comentarios eliminados se recibieron una tras otra en solo dos momentos diferentes. La notificación respecto a la eliminación de los seis primeros se recibió en el mismo día de la presentación de las denuncias, mientras que la mañana siguiente se repitió el proceso para los tres comentarios restantes, cuyas notificaciones llegaron con intervalos de pocos segundos. Ello podría indicar que estos dos «grupos» de informes fueron procesados por dos personas, cuya decisión de considerarlos discurso de odio se basó en su criterio personal (valores, etc.). Del mismo modo, es posible que los otros 91 mensajes, de igual forma y contenido, que

se juzgaron aceptables fuesen gestionados por personas con distintos criterios personales (prejuicios, etc.). Otra posibilidad es que Facebook simplemente se limite de forma automática a eliminar un máximo del diez por ciento de las denuncias que recibe a través de su mecanismo de denuncias, a fin de justificar la propia existencia de este, y —vistos los resultados— que dichos mensajes se seleccionen de forma totalmente aleatoria. Como hemos apuntado, no podemos confirmar ni refutar ninguna de estas hipótesis, puesto que Facebook se niega a hacer públicos los criterios de detección de discurso de odio y de selección de las denuncias que reciben al respecto.

Dado el reducido tamaño de la muestra, no pretendemos dar a los resultados un valor representativo, pero sí significante. En otras palabras, este ensayo constituye un indicador sobre el tipo de respuestas y mecanismos que podemos encontrarnos y sobre los que se debe reflexionar. Según las normas comunitarias de Facebook, la plataforma «elimina el lenguaje que incita al odio», es decir, todo contenido que ataca directamente a personas en función de los siguientes aspectos: «raza, etnia, nacionalidad, religión, orientación sexual, sexo, género o identidad sexual, discapacidades o enfermedades graves».[4] Los hechos, sin embargo, indican lo opuesto. Este ensayo muestra que están plenamente justificadas las experiencias y declaraciones de todos los usuarios entrevistados en cuanto a una falta de respuesta por parte de las plataformas. Es más, tal falta de respuesta y responsabilidad por parte de Facebook es sin duda —como expresan todos los usuarios y expertos— uno de los principales motivos de la escasez de denuncias de delitos de odio en Internet y, por ende, de la proliferación de este fenómeno. El camino por recorrer es todavía largo, y hasta ahora las iniciativas y estrategias implementadas son, por desgracia, muy insuficientes.

4 Normas comunitarias de Facebook. Disponibles en varios idiomas en: www.facebook.com/communitystandards.

Discurso de odio en la red: mucha presencia, escasa reacción

> En Internet es fácil enviar comentarios ofensivos, ya que puedes crear perfiles falsos... Puedes decir lo que quieras sin ser juzgado... Puedes juzgar sin ser juzgado.[1]

El presente capítulo explora los resultados del trabajo de campo, centrándose en los relatos que los jóvenes usuarios de redes sociales, víctimas directas o *bystanders*, ofrecen de sus experiencias e interpretaciones de las expresiones de odio en Internet, así como de sus reacciones y respuestas a este problema.

Entre el *online* y el *offline*

La primera conclusión del análisis es que la gran mayoría de los jóvenes usuarios tienden a vincular el discurso de odio al dominio digital. En este sentido, cabe apuntar que existen diferentes percepciones sobre los límites y las interrelaciones entre los mundos sociales *online* y *offline*. Algunos jóvenes perciben claramente que las redes sociales son una extensión de su vida cotidiana, donde lo *online* y lo *offline* se sitúan en un contínuum, y asumen que en ambos contextos se comportan de igual manera:

> Creo que mi forma de comportarme en las redes sociales es exactamente igual que lo haría en persona. Trato de evitar decir cosas que no diría en persona [hombre, 24 años, España, ES-YP5].

1 Hombre, 18 años, Italia, IT-YP5.

Por otro lado, aunque la mayoría de los jóvenes interactúan principal o exclusivamente con personas con las que ya están familiarizadas fuera de Internet, algunos optan por crear personajes en Internet con los que se comportan de forma completamente diferente en la esfera virtual. Sin embargo, los entrevistados atribuyen esta característica a otras personas en lugar de hacerlo a sí mismas, y vinculan la forma de comportarse en Internet con la posibilidad de anonimato y la falta de consecuencias inmediatas: «Simplemente se sientan delante de la pantalla y escriben. El no tener que mirar al otro a los ojos les da automáticamente más valor» [mujer, 23 años, Rumanía, RO-YP23]. También se refieren a las distancias simbólicas en los espacios web: «como si hubiera un muro entre ellos y yo, y por lo tanto se sienten libres de decir lo que quieran» [mujer, 27 años, Italia, IT-YP3]. De este modo, los jóvenes usuarios tienden a percibir que la gente se expresa de manera más violenta en Internet y que la aceptación del discurso de odio *online* es mucho mayor que en el caso de los mensajes de odio expresados cara a cara. Esta normalización es compartida por la gran mayoría de los jóvenes usuarios, como veremos más adelante al tratar otros aspectos de esta problemática.

Con respecto a la conceptualización del discurso de odio, se hace evidente también que los jóvenes tienen escasos conocimientos sobre él y que lo abordan con profunda ambivalencia. Así, afirman no haber recibido información en la escuela ni en otros espacios informativos, y no recuerdan ninguna campaña reciente contra el discurso de odio en Internet. No obstante, resulta interesante comprobar que estos mismos jóvenes muestran cierta comprensión del concepto y tienden a expresar una idea intuitiva de él, oponiéndolo a la idea de amor o asociándolo con el rechazo, con afirmaciones como: «discurso de odio es decir que la gente no te gusta y lo que no te gusta de ellos, pero de una manera horrible» [mujer, 16 años, Reino Unido, UK-YP14]. Esta internalización del concepto dista de abarcar el discurso de odio en toda su extensión, puesto que no se tienen en cuenta aspectos tan importantes como los motivos de odio por ori-

gen étnico o la religión, de forma que tiene más similitudes con el acoso cibernético que con el discurso de odio. En este punto cabe decir que el vínculo entre discurso de odio y acoso cibernético se debe en gran medida a que el acoso es un concepto con el que los jóvenes están más familiarizados, debido a las campañas escolares y mediáticas sobre el *bullying*.

Grupos vulnerables y *bystanders*

El discurso de odio en las redes sociales se puede manifestar como parte de una conversación cotidiana, en comentarios o «me gusta» de noticias o imágenes, o como chistes u observaciones a las publicaciones hechas por otros usuarios. La gran mayoría de los jóvenes ha presenciado o experimentado lo que, utilizando una definición amplia del concepto, se podría definir como discurso de odio racista o xenófobo en las redes sociales.[2] Algunos usuarios afirman haber visto mensajes de odio dirigidos a grupos específicos, como afirma el siguiente joven:

> Se trata de imágenes dirigidas a la comunidad judía. Ves los mensajes con los titulares de las noticias y la gente comenta sobre ellos. Una gran cantidad de comentarios hablan sobre los negros y musulmanes [hombre, 22 años, Reino Unido, UK-YP7].

Asimismo, también hay una gran mayoría de jóvenes que afirman haber leído «comentarios en contra de los gitanos o roma. ¡Ha-

2 Respecto a los canales, Facebook es, de lejos, la red social más popular, seguida de Instagram y Twitter. En consecuencia, la mayoría de las experiencias de discurso de odio narradas por los jóvenes tienen que ver con Facebook. En cuanto a la extensión del uso de las redes sociales, los jóvenes acuden a ellas todos los días o varias veces al día, principalmente a través de sus teléfonos inteligentes. Solo algunos de los entrevistados de menor edad afirmaron que únicamente podían hacer uso de las redes sociales los fines de semana.

bía tanto odio en esos comentarios!» [mujer, 20 años, Rumanía, RO-YP27], de forma regular en sus interacciones en las redes. Las experiencias del discurso de odio, e incluso la conceptualización e internalización que se hacen de él, dependen también en gran medida de la posición de los jóvenes. Así, por ejemplo, algunos de origen migratorio o minoritario explican su conocimiento del discurso de odio a través de experiencias de ataques de odio dirigidos contra ellos personalmente, como puede verse en el caso de este joven en Francia:

> Cuando puso «todo esto es debido a los *bougnouls*» [palabra despectiva para los árabes] y así sucesivamente, le dije que no podía mezclarlo todo, que musulmán no quiere decir terrorista y que no todos los musulmanes son árabes. Dijo «cállate, *bougnoul*, te deberías quemar ahora mismo» [hombre, 23 años, Francia, FR-YP6].

En cuanto al contenido y las formas que puede adoptar el discurso de odio *online*, los jóvenes de hoy forman parte de una generación cada vez más visual, donde las redes sociales y los blogs basados en imágenes, como Instagram o Tumblr, están ganando terreno. En este sentido, no es extraño que otra de las características de las expresiones de odio en Internet sea el uso generalizado de imágenes, a menudo en forma de «memes»,[3] que difunden estereotipos negativos, como en el ejemplo que esta joven nos comenta: «En la foto aparecía una mujer en un autobús que llevaba un burka y tenía una bolsa de plástico junto a ella [...] y la bolsa decía "boom", pero era como una foto del metro o algo así. La frase decía "Estás muerto de miedo, ¿verdad?"» [mujer, 23 años, España, ES-YP11].

3 Un meme es una imagen típicamente de carácter humorístico, que se copia y extiende rápidamente por los usuarios de Internet, a menudo con ligeras variaciones. En este caso, nos referimos a la construcción de memes basados en prejuicios racistas o xenófobos, aunque también cabe decir que hay una gran variedad de memes inofensivos.

Estas imágenes —o memes— tienden a ser tratadas como chistes y considerarse normalizadas, de modo que la gran mayoría de los jóvenes entienden que «hay ciertos grupos que difunden todo tipo de chistes y memes que pueden ser ofensivos y mal interpretados, y surgen todo tipo de disputas» [mujer, 20 años, Rumanía, RO-YP21]. No obstante, en la medida en que se alimentan de prejuicios, incluso cuando no pretenden ser insultantes, estas imágenes chistosas dan pie con frecuencia a comentarios y debates racistas en las redes sociales y pueden influir en los comportamientos individuales y colectivos, en especial cuando se comparten en Internet, debido a su gran alcance (Bajt, 2014). De hecho, incluso cuando no se comparten de forma pública, estas imágenes pueden llegar igualmente a un público amplio, ya que circulan por medio de mensajes privados en WhatsApp o a través de grupos cerrados en Facebook. Además, refuerzan la legitimación de los mensajes que implican y que suelen seguir de forma explícita al envío de la propia imagen.

En cuanto a la importancia de los contextos específicos de los mensajes de odio que los jóvenes dicen haberse encontrado en las redes sociales, la mayoría de las experiencias están vinculadas a situaciones concretas o «eventos desencadenantes», como el ataque a *Charlie Hebdo* o los acontecimientos terroristas en Bruselas (2016). En particular, los jóvenes franceses y españoles han descrito una ola de reacciones en las redes sociales y un aumento en las expresiones de odio *online* contra los musulmanes después de dichos sucesos. Este hecho generó un debate polarizado en las redes sociales que un joven de España nos explicaba así: «Facebook al día siguiente era una lucha a muerte entre el "je suis Charlie" y "je ne suis pas Charlie", y fue como ¡bum!» [hombre, 25 años, España, ES-YP13]. Como vemos, la reacción en la red es inmediata, y muy rápidamente se expande a generalizaciones hacia colectivos. Es en estos casos donde el discurso de odio se manifiesta en toda su extensión. También podemos ver una clara muestra de ello en una declaración de una joven de Francia que describe un aumento de

odio en las redes sociales contra los musulmanes refiriéndose al caso de *Charlie Hebdo*:

> Las mismas cosas de siempre. «Siempre son los árabes», «siempre son los musulmanes», «no deberíamos dejarlos entrar», ese tipo de frases banales, pero horribles... Siempre las hemos oído, pero esta vez lo escuchas diez veces más [mujer, 22 años, Francia, FR-YP2].

Sin embargo, estos hechos detonantes no tienen por qué tener siempre un trasfondo político, sino que a menudo se contextualizan en otro tipo de sucesos, como por ejemplo eventos deportivos o culturales:

> En los deportes hacen comentarios, comentarios racistas hacia el jugador y la gente en el club... Racismo sobre todo... Fue en Instagram, ¿puedo decirlo? Palabras como «negro» y «paki» se dijeron un montón [mujer, 16 años, Reino Unido, UK-YP14].

Como vemos, la Copa Mundial de Fútbol o los concursos de belleza internacionales, por ejemplo, son percibidos por los jóvenes usuarios como causantes comunes del discurso de odio en las redes sociales.

Entre los jóvenes existe también una elevada conciencia sobre el papel de los medios de comunicación en la perpetuación de estereotipos negativos y, por tanto, en la propagación del racismo y el discurso de odio por estas vías. La mayoría de ellos explican haber presenciado discusiones que incitan al odio en las secciones de comentarios de los periódicos digitales o en las publicaciones de artículos en las redes sociales. En este sentido, otro ámbito relacionado al de los medios generalistas en el que se normalizan las expresiones de odio es la política y, en concreto, el discurso de algunos políticos, sobre todo en contextos de campañas electorales:

> ¿Sabes cuál es el problema? Si veo que un político incita al odio y habla de manera violenta, racista, yo voy a hacer lo mismo como miembro de la sociedad, ¿no? Ellos piensan que esto es libertad de expresión... [mujer, 21 años, Italia, IT-YP8].

Por otra parte, el descontento que a veces se expresa en las redes sociales, y en particular en Facebook y Twitter, se convierte en mensajes de odio hacia grupos específicos. En la mayoría de los casos, los autores son personas desconocidas para los jóvenes, o amigos de amigos:

> A menudo es precisamente la gente común, quiero decir, no mis amigos personales, pero ya sabes, los amigos de amigos o personas que comparten la misma página de Facebook conmigo, ¿sabes? [hombre, 22 años, Italia, IT-YP15].

Es interesante señalar que la denuncia del discurso del odio resulta mucho más evidente cuando este proviene de instituciones impersonales —tales como partidos políticos o medios de comunicación— que cuando procede de personas específicas y cercanas. De hecho, paradójicamente, las entrevistas muestran que a menudo un discurso de odio puede generar un intenso desacuerdo cuando es propagado por canales abiertos y conducido por grupos políticos o medios, y en cambio se admite casi sin reparos cuando se expresa en un ámbito más privado y cercano. Como sostiene Bonilla-Silva (1999), la cara pública del racismo es muy diferente de su expresión privada. El elemento de la privacidad en una conversación parece conceder el permiso para expresar ideas que, por lo general, se evitan decir en público (Bonilla-Silva y Forman, 2000), aunque estas sean opuestas a los principios declarados abiertamente. Esto también puede aplicarse al ámbito de las discusiones en espacios web privados. Según se observa en las entrevistas, algunos de los jóvenes reflexionan sobre su propia implicación en estos espacios, y tienden a normalizar su pro-

pio comportamiento y tolerancia del discurso de odio, e incluso llegan a admitir que en ocasiones reproducen chistes racistas o se ríen de ellos «en privado»:

> Por ejemplo, en grupos más pequeños de amigos siempre hay chistes racistas que circulan, porque estamos entre amigos. No sé, de alguna manera te conviertes en cómplice de otras personas que se ríen de algo inapropiado, y hay chistes racistas, homófobos y sexistas [hombre, 25 años, España, ES-YP13].

En este sentido, hay que destacar que algunos jóvenes describen los grupos privados en Facebook o grupos de chat en WhatsApp, precisamente, como espacios de conversaciones «seguros» (es decir, no públicos ni punibles). Esto significa que ofrecen la posibilidad tanto de manifestar opiniones o chistes racistas que no se quieren mostrar en público, como de expresarse libremente y con seguridad en el caso, por ejemplo, de jóvenes LGBTI o de minorías étnicas, que pueden participar en discusiones con compañeros sin correr el riesgo de sufrir ataques racistas u homófobos.

Cabe tener en cuenta que, para la mayoría de los jóvenes, las redes sociales no son una fuente de búsqueda sino sobre todo una herramienta para comunicarse con los amigos habituales (Boyd, 2014), por lo que tienden a seguir los perfiles y páginas de redes sociales cercanas a sus propios intereses y valores:

> Yo lo uso, bueno, en primer lugar, para entretenerme y, en segundo lugar, para socializarme, para ver lo que otras personas están publicando, enviar mensajes de texto a mis amigos, ver lo que está sucediendo en su vida [mujer, 23 años, Reino Unido, UK-YP8].

En particular, en el rango de menor edad hay una tendencia a prestar muy poca atención a lo que se publica en Internet si no es de interés particular, y a usar las redes sociales principalmente para cha-

tear con amigos. Esto deriva en que, por una parte, estos jóvenes no intervengan ante un discurso de odio ni reaccionen contra él, pero, por otra —esta más positiva—, también es un indicador de que dicho discurso no llega a afectar tan profundamente a todos los usuarios de Internet.

El género como factor de intersección

Como se ha apuntado en el primer capítulo y ha quedado manifiesto a lo largo del libro, el énfasis en el discurso de odio fundamentado en el racismo ha sido el foco de la investigación, si bien en el análisis etnográfico también se ha estudiado otra forma de discurso de odio que no se puede disociar, que es el discurso de odio por razones de género. Las expresiones de odio en relación con el género se han manifestado en todas las entrevistas, tanto con profesionales como con jóvenes. Particularmente, el género como factor de discriminación y elemento en el discurso de odio se ha evidenciado en los relatos de las mujeres jóvenes entrevistadas, en especial en el Reino Unido y en España. Este hecho no se debe subestimar, sobre todo si se tiene en cuenta que los discursos machistas, sexistas y homófobos forman parte de un enfoque androcéntrico y su consecuente estructura patriarcal, presente en nuestra sociedad, donde estas personas los han aprendido, internalizado y, finalmente, normalizado.

Es fundamentalmente a través de los discursos de odio por razones de género como se puede observar con claridad la interrelación entre las publicaciones en las redes y la realidad social. Aun cuando el orden patriarcal, afecta a hombres y mujeres, y pese a los esfuerzos del movimiento feminista por dinamitar dicho orden, los jóvenes consideran «normal» que en las redes sociales circulen no solo discursos de odio, sino también vídeos, imágenes y ciertos lenguajes normalizados con mensajes violentos y discriminatorios hacia las mujeres. Estos mensajes no solo evidencian la falta de cuestionamiento a los estereo-

tipos patriarcales o a los privilegios de los grupos o personas que las reproducen, sino que a menudo los legitiman y normalizan.

Lamentablemente, en las redes sociales existe una gran parte de la población que reconoce, reproduce y reafirma el machismo y el sexismo. Hombres y mujeres han interiorizado el orden patriarcal, hasta el punto de que no reaccionan frente a los discursos de odio por razones de género expresados en el ciberespacio o se convierten en simples espectadores, sin sentirse afectados por ellos. Los jóvenes muestran que el uso cotidiano o en forma de sarcasmo de términos ofensivos como «putas» o «zorras» para referirse a las mujeres acaban por banalizarse en el discurso. Además, el discurso de odio por razones de género concierne directamente a las personas víctimas de LGBTIfobia cuando se fundamenta en la orientación sexual real o percibida, identidad de género o características de sexo. Este discurso de odio sufre también una exacerbada banalización y normalización, en especial en su vertiente interseccional, es decir, cuando confluye con otro tipo de expresiones de odio. El problema reside justamente en que la utilización de un lenguaje cotidiano en tales discursos normaliza la violencia hacia las personas por razones de género.

En este sentido, el principal desafío del discurso de odio fundamentado en el género es entenderlo en relación con la complejidad de las personas y heterogeneidad de los grupos. De acuerdo con los resultados del análisis etnográfico, cuando una persona es atacada, las ofensas responden a múltiples discriminaciones, y las principales víctimas suelen ser las mujeres y las personas LGBTI. Como muestran los jóvenes entrevistados, estas no solo reciben comentarios racistas, sino que además se les asignan ciertas características negativas por razones de género y por su nacionalidad u origen. Es decir, se hace visible la intersección entre género y origen en el discurso de odio y los prejuicios. Así lo ilustra, por ejemplo, el relato de una informante que recibió un sinnúmero de comentarios ofensivos en las redes sociales por ser mujer latina, después de haber participado en un concurso de belleza:

> Por ejemplo, si alguien es latina, obviamente, se te atribuirá lo peor, o cosas que ni siquiera son ciertas [...]. Ellos piensan que somos inferiores, que tenemos un nivel cultural más bajo, que por qué la gente incluso debería votarme sabiendo que ni siquiera tenemos suficiente para comer, que ni siquiera teníamos redes sociales, que éramos los peores [mujer, 23 años, España, ES-YP6].

En la historia de la informante, género y origen étnico/nacional interactúan y dan lugar a una dimensión múltiple de discriminación y expresión de odio en la que, precisamente, su identidad como mujer latina constituye el motivo de acoso.

No hay duda de que, por sus fundamentos, el racismo y la homofobia son actitudes que interactúan y se sostienen mutuamente en los discursos de odio proyectados en Internet. Se trata de un proceso de múltiple discriminación en el que el odio, además de expresarse como racismo, se manifiesta sexista y homofóbico y se centra tanto en las mujeres como en las personas homosexuales, transexuales y bisexuales. Además, como ya se ha mostrado antes, el vínculo directo del discurso de odio con los delitos de odio relacionados con el racismo y la homofobia pone en verdadero riesgo a una gran parte de la población.

Las expresiones de odio no son casuales, sino que forman parte del orden donde las personas se han socializado. Por ello, en los ataques siempre se comprueba la interrelación entre los estereotipos, prejuicios y discursos de odio. Lo anterior nos lleva a repensar las categorías y dualismos que se promueven e inciden socialmente en las formas de pensar y actuar de los internautas dentro de las redes sociales. De acuerdo con los datos recogidos en las entrevistas, las agresiones, ridiculizaciones o ataques de odio se sustentan tanto en los estereotipos de género, como en el racismo, la xenofobia, la diversidad sexual o la religión. Todo ello es reflejo de las estrategias de polarización y exclusión social empleadas para erigir nuevas fronteras entre «nosotros» y «ellos», lo cual perpetúa y normaliza un estigma social que afecta a toda nuestra sociedad.

Normalizando o combatiendo el discurso de odio *online*

El fenómeno de la normalización del discurso de odio es sin duda uno de los más recurrentes a lo largo del estudio etnográfico entre los jóvenes, así como el de más peso en las experiencias de los profesionales. En los jóvenes se evidencia una tendencia a normalizar los mensajes racistas y xenófobos de Internet, sobre todo en las comunicaciones cotidianas vía redes sociales. Los relatos de muchos de ellos reflejan una permisividad generalizada, una actitud *laissez-faire* de indiferencia, que minimiza el impacto del discurso de odio:

> Lo que me dicen a mí no me resulta tan ofensivo como a los demás... Si me gusta alguna página, la sigo sin considerar los comentarios o lo que sea [hombre, 23 años, Reino Unido, UK-YP12].

Algunos jóvenes tratan los comentarios de odio de forma banal, como ocurrencias atrevidas: «Me divierto con muchos de ellos. Me hacen reír; los veo como chistes» [hombre, 22 años, Reino Unido, UK-YP7]; o vinculan el discurso de odio con la libertad de expresión: «No puedes hacer nada y después de todo es su opinión» [mujer, 17 años, Rumanía, RO-YP5]. Si bien esta es una percepción relativamente común entre las entrevistas de los usuarios *bystanders*, resulta contraria a las experiencias y percepciones de los que han sido víctimas del discurso de odio. De hecho, algunos de los jóvenes directamente afectados admiten haber sufrido mucho, como en el caso de esta mujer joven en España, acosada en Internet por su origen colombiano:

> Tenía miedo e incluso tuve que ver a un médico porque todo lo que estaba leyendo me estaba volviendo loca. No hice ningún comentario, pero como no respondí, al mismo tiempo, en cierto modo me dañé a mí misma porque no expresé mis sentimientos [mujer, 23 años, España, ES-YP6].

En este sentido, tal y como Gelber y McNamara afirman, «sentirse herido y molesto no llega a ser motivo de intervención legal, y muchos sostienen que no debería llegar a serlo. Sin embargo, este dolor se puede experimentar de forma muy profunda, como una especie de dolor existencial» (2015: 10). Asimismo, debemos tener en cuenta que los daños pueden ser duraderos y es probable que se experimenten de forma acumulativa. No obstante, también hay evidencia de una normalización de los mensajes de odio *online* entre los que pertenecen a los grupos objetivo, hasta el punto de considerarlos algo inevitable. Esto parece ser especialmente cierto en el caso de la islamofobia. Muchos jóvenes musulmanes relatan encuentros diarios con la islamofobia *online*, de modo que esta pasa a formar parte de su vida cotidiana, y expresan que «hay que lidiar con ello» [hombre, 20 años, España, ES-YP14]. En otros casos, los jóvenes pertenecientes a los grupos objetivo no reconocen que el discurso de odio vaya dirigido hacia ellos, o hasta han dejado de identificarse como parte del grupo objetivo, como se ilustra en la siguiente cita de una chica italiana, con raíces en Marruecos:

> Hoy no quiero ser, no quiero considerarme musulmana, no quiero considerarme marroquí [...]. Así que, francamente, cuando escucho esas cosas, realmente no puedo relacionarme con la categoría social a la que se dirigen [mujer, 21 años, Italia, IT-YP8].

Si bien la experiencia y postura que describe la cita anterior es marcadamente extrema, aunque real, concuerda con la observación de Gelber y McNamara (2015: 12) de que «el discurso de odio podría dar lugar a que los miembros de una comunidad restrinjan su capacidad de identificarse con su origen étnico o religión». Estas experiencias personales del discurso de odio, que pueden conducir a la abstención parcial o total de expresar la identidad religiosa o cultural, muy rara vez se comentan en el debate académico o público.

Las reacciones y actitudes de los jóvenes usuarios de las redes sociales se reflejan en sus diferentes respuestas a mensajes ofensivos, que se pueden dividir en cuatro grandes categorías. La primera, mayoritaria, se define como una actitud de pasividad, a menudo relacionada con un *laissez-faire* hacia las expresiones de odio en Internet. Algunos jóvenes relatan ser testigos de los mensajes de odio en las redes sociales, pero su postura es la de pasar de largo sin pensarlo mucho: «Solo traté de no mirarlo, solo hice una ojeada rápida a la página» [hombre, 17 años, Reino Unido. UK-YP12]. Por otro lado, la gran mayoría, a pesar de estar en contra de las opiniones expresadas, se abstienen de intervenir, ya que consideran que es inútil, a menudo porque previamente han participado en discusiones que incitan al odio, o han informado a los administradores de las redes sociales sin obtener ningún resultado. Algunos de los jóvenes han expresado temor a las reacciones de los demás y miedo a verse involucrados en un conflicto si se implican activamente:

> A veces me siento molesto porque no es justo y siento que necesito intervenir, pero tengo miedo de otras reacciones y que se me perciba como una persona problemática [hombre, 17 años, Rumanía, RO-YP28].

A menudo esta reacción al discurso de odio se fundamenta en una experiencia negativa, ya sea personal o de alguien cercano. Algunos de los ataques de discurso de odio sobrevienen como respuesta a una reacción contra expresiones racistas o islamófobas. Un joven francés comparte su experiencia:

> Hace poco vi el perfil de una chica que escribió que quería conocer a mucha gente, pero dijo que no quería árabes, ni negros, ni gente de fuera, solo la gente de su país [...]. Cuando lo leí me dolió el corazón y le dije «tú también deberías irte porque nadie te quiere tampoco». Ella respondió «vete a tu país, negro de mierda» [hombre, 20 años, España, ES-YP1].

Este tipo de reacciones son frecuentes en los relatos de los jóvenes entrevistados, lo que muestra que, con frecuencia, una postura activa contra el discurso de odio alimenta más comentarios que incitan a más odio. Esto ha llevado a algunos jóvenes a mantenerse pasivos frente a comentarios hostiles, como veremos más adelante.

En línea con la cita anterior y en relación con las respuestas pasivas, tal como argumentan Caltabiano y Torre (2013: 32), en contextos como el de Internet los espectadores pueden tener un papel más «voyerista» y ser pasivos porque esperan que intervenga otra persona. De hecho, el impacto de estos *outsiders* pasivos en una agresión cibernética puede llegar a ser incluso peor que en la «vida real», ya que en un momento dado puede haber un gran número de espectadores que ven el contenido (Macháčková *et al.*, 2015), pero sin que exista ninguna intervención por parte de terceros, ni ningún apoyo a las víctimas. Por otro lado, los perpetradores del discurso de odio cuentan con estos internautas pasivos, pues saben que no reaccionarán y que son un numeroso «público» para sus discursos.

Una segunda categoría de respuesta es la de *unfriending* (dejar de ser amigo) o bloqueo de los usuarios, o el *unliking* (dejar de seguir) a grupos o páginas donde se comparten comentarios ofensivos: «La mayoría de las veces, cuando alguien está diciendo algo malo acabo bloqueando a la persona» [mujer, 16 años, Reino Unido, UK-YP1]. Aunque este tipo de reacciones no está tan extendido entre los jóvenes, sí que es común creer que «dejar de seguir» o el bloqueo de usuarios es más eficiente que la denuncia de contenidos a los administradores de las redes sociales. Sin embargo, esta forma de respuesta deja el contenido todavía visible en la red y por tanto accesible a otras personas, que lo pueden leer e incluso difundir. En otras palabras, si no se denuncia el contenido a los proveedores de las redes sociales, en cierta medida no deja de ser una respuesta pasiva.

Una tercera manera relativamente conocida de responder al discurso de odio, si bien no tan utilizada, es denunciarlo a las plataformas de las redes sociales a través de los mecanismos que estas dispo-

nen a tal efecto. La mayoría de los jóvenes conocen la posibilidad de denunciar páginas, mensajes o comentarios en Facebook; pero, a pesar de ello, por lo general tienden a no hacer uso de este recurso cuando se encuentran con expresiones de odio en las redes sociales. La razón que suelen esgrimir es que lo perciben como inútil, ya que creen que no se tomarán acciones por parte de estas plataformas.

De todos modos, el estudio muestra que algunos jóvenes siguen intentando denunciar a través de las propias plataformas. En este sentido aparecen algunas diferencias interesantes entre países. Entre los jóvenes italianos y rumanos, casi ningún joven expresó haber denunciado contenidos racistas en las redes sociales, mientras que en Francia cerca de la mitad de los entrevistados ha utilizado esta herramienta. En el caso de España, la mayoría lo ha hecho en alguna ocasión, pero se ha desanimado debido a la falta de acción por parte de los administradores, y aproximadamente la mitad ha dejado de hacerlo.

En cuanto al caso concreto de las denuncias en la plataforma Facebook —la plataforma mayoritaria—, gran parte de los jóvenes entrevistados afirman haber presentado alguna denuncia, pero declaran que esta plataforma no adoptó ninguna medida tras el informe, más allá de enviar un mensaje en el que indicaba que el contenido denunciado de hecho «no vulnera las normas de la comunidad», lo cual se percibe como muy preocupante. En este sentido, el ensayo sobre Facebook llevado a cabo durante la investigación, y presentado anteriormente, corrobora la opinión de los jóvenes sobre la inutilidad de los mecanismos de denuncia de las propias plataformas sociales. Como ya hemos advertido, esta falta de consecuencias contribuye directamente a la tendencia a no denunciar contenido, tal y como se ilustra en la siguiente cita de una mujer joven italiana:

> El método de denuncia es claro. Sin embargo, parece una broma, porque si me dices «puedes denunciarlo», pero al final no hay consecuencias, dejo de hacerlo [mujer, 21 años, Italia, IT-YP8].

Como se expresa en la cita anterior, y se hace evidente a lo largo del estudio etnográfico, la pasividad de los administradores de las redes sociales refuerza la permisividad de los jóvenes, ya que incluso quienes tienen posiciones más activas perciben que la falta de reacción vuelve inútil toda presentación de denuncias. Por otro lado, muchos jóvenes reconocen también que denuncian solo cuando se sienten atacados o intimidados ellos mismos o amigos suyos:

> He denunciado fotos porque todos mis amigos son africanos y de la India... Me pareció ofensivo porque las fotos se dirigen a estas personas y les hacen sentir que no pertenecen aquí cuando tienen el derecho a estar aquí [hombre, 16 años, Reino Unido, UK-YP16].

Estas denuncias por parte de amigos o simpatizantes de los grupos atacados denotan la importancia que llega a tener la capacidad de empatía con las víctimas del discurso de odio. Como señalan Macháčková *et al.* (2015), el grado de proximidad entre el espectador y el grupo objetivo o víctima influye en gran medida a la hora de adoptar una respuesta u otra respecto al acoso cibernético.

Otra respuesta frente al discurso de odio, menos común en las entrevistas, consiste en el «contradiscurso», es decir, la opción de participar en la discusión para contrarrestar los argumentos de odio e introducir otros puntos de vista. Algunos de los que se involucran en discusiones consideran que tener la mente abierta, escuchar atentamente los argumentos de los demás y responder con suavidad puede dar lugar a un debate fructífero. Como alternativa a participar activamente en la discusión, algunos jóvenes explican que eligen solo expresar un «me gusta» a los comentarios de los demás, como una forma de apoyo sin perder tiempo ni involucrarse demasiado. Sin embargo, la mayoría de los jóvenes tienden a no intervenir en discusiones que incitan al odio en las redes sociales porque, cuando han tratado de participar en una de ellas, han recibido una reacción violenta, ya sea de la persona que ha hecho la publicación o de otros

usuarios. Además, los usuarios declaran que dichas discusiones a menudo responden tan solo a una fabricación fútil para llamar la atención en la red:

> Como ves que están siempre allí discutiendo, llega un momento que dices: ¿hasta qué punto estas personas lo hacen solo para llamar la atención? [...]. Así que antes solía intervenir cada vez que algo me molestaba, pero ahora lo hago menos, trato de no hacerlo, creo que no comento mucho ahora [hombre, 29 años, España, ES-YP9].

Del mismo modo, una gran mayoría de jóvenes perciben que las discusiones en Internet son fácilmente inflamables y prefieren discutir cara a cara, fuera de las redes sociales, si los comentarios los ha hecho algún conocido. Asimismo, hay otros que renuncian a discutir con la gente, aunque la conozcan, porque lo consideran inútil, tal y como ilustra una mujer que ha dejado de intentar razonar con personas que hacen comentarios racistas en las redes sociales:

> Mi posición es: no voy a hablar con ellos porque tenemos diferentes formas de pensar y ellos se posicionan de su lado y yo del mío, y no hay diálogo real [mujer, 30 años, España, ES-YP10].

Por último, cabe destacar que ninguno de los jóvenes entrevistados, en ningún país donde se llevó a cabo el trabajo de campo, ha denunciado directamente a la policía o a los representantes legales una expresión de odio manifestada en Internet. Este hecho evidencia su escasa conciencia de las obligaciones, posibilidades y herramientas legales existentes para presentar una denuncia ante un organismo competente (policía, ONG, fiscalía...). Algunos de ellos han mostrado conocer la posibilidad de denunciar el discurso de odio a la policía, pero no siempre confían en ella, o bien creen que lo que han experimentado o presenciado no es lo suficientemente preocupante:

> Nunca he visto nada lo suficientemente grave o... bueno, ha sido grave, pero no lo suficiente como para llamar a la policía [...]. Quiero decir que no tengo mucha confianza en la policía [mujer, 27 años, España, ES-YP12].

Por otro lado, otros mecanismos de denuncia, tales como los implementados por algunas ONG, resultan muy poco conocidos entre los entrevistados, que tienden a pensar que las denuncias deben presentarse directamente a la policía. Solo una víctima directa (una joven mujer latina en España) ha denunciado ataques directos ante una ONG antirracista, con lo que logró que se eliminara el contenido de odio de una página web.

A modo de conclusión, cabe decir que los relatos recogidos en la investigación muestran que el contacto con discursos de odio en las redes sociales es muy común, si bien las respuestas a tal experiencia varían enormemente. Aun cuando se trata de una situación habitual para los jóvenes, aspectos como recordar las frases exactas de odio utilizadas resultan más usuales entre los grupos objetivo o las víctimas directas, mientras que los espectadores tienden a recordar solo a quién estaban dirigidas o el contexto. Los grupos que, según los usuarios, reciben más ataques suelen coincidir con los colectivos de referencia de cada país que más sufren xenofobia y racismo. Esto indica cierto nivel de conciencia y conocimiento entre los jóvenes de la existencia de este problema, además de reforzar la premisa de que los discursos de odio *online* y *offline* están directamente relacionados. Sin embargo, hay poca familiarización con dicho discurso como concepto y en los términos jurídicos, institucionales o académicos con que se define. A pesar de esta conciencia del racismo y la xenofobia, y de su rechazo generalizado, los jóvenes internautas tienden a percibir los mensajes de odio y los comentarios ofensivos como un fenómeno normalizado y una parte inevitable de Internet:

> Son redes sociales, la gente no se conoce. Así que van más allá porque se sienten seguros, porque es Internet y sabes que puedes ser quien tú quieras ser [mujer, 19 años, Reino Unido, UK-YP4].

Actitudes como la mostrada por la joven de la cita anterior, y mayoritaria en el estudio etnográfico, revelan una percepción del discurso de odio en Internet no solo normalizada sino saturada de pasividad. La gravedad de esta normalización se evidencia aún más si se tiene en cuenta que conlleva un fenómeno virtual de legitimación de prejuicios, estigmas, deshumanización y difamación, con lo que se crea una espiral de silencio frente al odio.

Combatir el discurso de odio

> Los inmigrantes mismos han asumido el papel de «bueno, eso es lo que me corresponde por ser inmigrante; no le voy a dar mucha importancia y voy a seguir con mi vida», y aquí tenemos que educar a todos a no aguantar este tipo de situación.[1]

Quizás la conclusión más reiterada a lo largo del estudio apunta a que la lucha contra el discurso de odio debe involucrar a toda la sociedad, a todos los niveles y desde todas las perspectivas, por distintas que estas sean. En este capítulo resaltamos algunos de los aspectos que, de acuerdo con las experiencias tanto de los profesionales como de los jóvenes usuarios, aparecen como clave para combatir el discurso de odio en Internet.

En el contexto de la Europa contemporánea, las sociedades democráticas establecen manifiestamente que el discurso de incitación al odio no queda en lugar alguno amparado por la libertad de expresión (nos referimos aquí no solo al manifestado en Internet, sino en cualquier otro ámbito). Este es un debate recurrente que a menudo divide a muchos de los actores que intervienen en él, ya sean profesionales de los medios de comunicación, representantes de las organizaciones sociales o profesionales encargados de la aplicación de la ley y la administración de justicia. Con mucha frecuencia, ante una misma manifestación de odio, unos entienden que se ha cometido un delito y otros que simplemente se ha ejercido el derecho a la libertad de expresión. Es de esperar que haya casos en los que los hechos están en el linde entre una cosa y la otra y, por tanto, sea difícil discernir si hay delito o no lo hay; pero lo que no es aceptable es que

1 Representante de una ONG, España, ES-P3.

aquellos hechos que encajan plenamente dentro de lo que legalmente se define como incitación al odio sean interpretados por algunos como actos amparados por el derecho a la libertad de expresión.

En este libro se ha expuesto que el discurso de incitación al odio es delito porque estigmatiza, intimida e individualiza a todo un grupo social (no solo a las personas concretas a las que se insulta o amenaza), lo que contribuye a la marginación social de ese grupo y, en consecuencia, a la pérdida real de su capacidad para el ejercicio de sus derechos. Las personas que pertenecen a un colectivo que está siendo víctima de mensajes de odio se sienten agredidas y tienden a reforzar su pertenencia al grupo, al tiempo que disminuye su sentimiento de pertenencia al conjunto de la sociedad. De esta forma, el discurso de odio genera una polarización creciente entre quienes están «dentro» y quienes están «fuera». Se trata de un proceso de dominación y subordinación mediante la construcción de desigualdades estratificadas que conducen a la exclusión y que, por tanto, nos afectan a todos.

El daño que se hace a las víctimas es duradero y, por tanto, también lo es su efecto en nuestra sociedad. La mayoría de las víctimas no perciben el insulto o menosprecio como algo pasajero, puesto que la razón de tal agresión es algún rasgo que ellas consideran permanente (su religión, su color de piel, etc.) y, en consecuencia, se les hace sentir que las insultarán y menospreciarán de por vida. Es, además, como se ha explicado, un daño acumulativo, ya que cada nuevo insulto o menosprecio que reciban reforzará su sensación de estar condenadas para siempre a ese tipo de actos.

Para las personas pertenecientes al grupo social mayoritario (blancos, autóctonos, no musulmanes, etc.), la reiterada observación de mensajes de odio hacia otros grupos reafirma la idea de pertenencia al grupo dominante, lo que también puede conducir a que colaboren en la segregación de los demás. Asimismo, ayuda a que se extienda la idea de que existe una cierta licencia para atacar a los grupos segregados, lo que favorece una mayor predisposición a perpetrar actos, incluso violentos, contra esos grupos.

Todas estas razones indujeron a las sociedades democráticas a considerar que el discurso de odio no está amparado por la libertad de expresión y a tipificarlo como delito. No fue fácil incluir la incitación al odio en el código penal, pero se hizo y, por tanto, no se debe desaprovechar esa capacidad legal de la que disponemos para combatir el discurso de odio. Denunciarlo siempre que se sufra o se observe es una obligación democrática que tenemos todos.

Educación y sensibilización

La gran mayoría de los expertos se refieren a las campañas públicas de sensibilización y a la formación como algo crucial para aumentar las denuncias de mensajes de odio en Internet. La educación y la sensibilización son herramientas fundamentales como punto de partida. Los grupos objetivo deben ser conscientes de que los discursos de odio se pueden y se deben denunciar, y para ello necesitan motivación y referentes. Por otro lado, los usuarios de Internet necesitan aprender que sus publicaciones no solo tienen efectos tanto en los grupos objetivo como en el clima social en general, sino que pueden constituir un delito perseguido por el código penal.

La falta de familiaridad con el tema por parte de muchos jóvenes también demuestra la necesidad de sensibilización sobre estas cuestiones en todos los países y desde edades tempranas. Cuando preguntamos directamente qué se debe hacer, los propios jóvenes suelen pedir más educación y concienciación, por ejemplo, talleres sobre el discurso de odio en línea, más educación de los medios sobre cómo usar la información y las nuevas tecnologías de manera responsable, además de actividades informales que promuevan los derechos humanos y la lucha contra la discriminación de manera más general, tanto en las escuelas como en otros entornos.

Para lograrlo, se necesita una mayor asignación de recursos públicos destinados a las campañas de sensibilización e información.

Estas campañas deben llevarse a cabo utilizando los medios de comunicación modernos, es decir, los que están disponibles en Internet, con el fin de llegar más directamente a las víctimas y a los perpetradores de odio.

Otra observación reiterada se refiere a la necesidad de dedicar esfuerzos y recursos específicos en el ámbito de Internet, utilizando artículos positivos y ejemplos de interacciones *online* positivas para ayudar a la sensibilización:

> Creo que la gente tiene que mostrar las cosas positivas. La gente necesita saber los hechos. Hay mitos y hay hechos. Tenemos que exponerlo y diferenciarlo [representante de una ONG, Reino Unido, UK-P2].

Además, son fundamentales las herramientas y la información para combatir el discurso de odio a través del contradiscurso, es decir, mediante mensajes que contrarrestan el odio: «Tenemos que desarrollar un discurso que combata el odio [...]. No hay que ir necesariamente a la policía y pedir acciones. Puedes hacerlo en Internet y combatirlo en Internet» [representante de una ONG, Reino Unido, UK-P1].

Líderes de opinión y profesionales de los medios

En la mayoría de los países se han dado casos de políticos y representantes públicos que contribuyen a la estigmatización de ciertos grupos a través de expresiones de odio, tanto *online* como *offline*. Dada su posición y capacidad de influencia, es esencial que estos representantes se abstengan en sus declaraciones públicas de hacer discursos racistas que promueven estereotipos y prejuicios. En este sentido, los profesionales de los medios de comunicación también deberían recibir más formación sobre cómo tratar estos temas de un modo responsa-

ble, y ser más conscientes de que, de no hacerlo así, contribuyen a la estigmatización de determinados colectivos mediante titulares sensacionalistas y poco objetivos.

Como vimos, buena parte de los mensajes de odio que se transmiten en Internet aparecen en los comentarios a las noticias o entradas de la prensa ordinaria, lo que implica que los periodistas o responsables de esos medios digitales tienen un papel importante que desempeñar en este terreno. Desde el punto de vista de algunos periodistas, se recomienda fortalecer la moderación de los comentarios, pero también apoyar la autorregulación por parte de los usuarios:

> Sí, necesitamos organismos reguladores, pero me parece que la responsabilidad de los medios de comunicación formales (y creo que es una prioridad) es provocar un debate constructivo y abstenerse de la tentación de conseguir repercusión, y querer ser el centro de atención, para generar clics basados en el odio [...]. Autorregulación es la respuesta. Debería haber moderadores en las discusiones. Debería haber un botón de «alerta». Y la gente debería estar regulando también. Debería haber alguien que arbitrara una conversación para detener el discurso de odio y controlar los comentarios más dañinos [periodista, Francia, FR-P2].

En este sentido, aquí nos referimos tanto a la necesidad de sensibilización y promoción del contradiscurso, como de la importancia de disponer de herramientas sencillas y transparentes para poder informar de las expresiones de odio directamente en los foros de discusión.

Medidas legales y cuerpos de seguridad

Los resultados empíricos de la investigación subrayan también la necesidad de que los Estados se tomen más en serio el discurso de odio en Internet, como un delito que puede provocar daños tanto

individuales como colectivos, y que por tanto debe tener consecuencias legales. Esto requiere invertir más recursos en los cuerpos de seguridad para hacer frente a este tipo de delitos, por ejemplo, mediante la creación de unidades de policía especiales que rastreen los casos de incitación al odio en Internet.

Como hemos visto, también se señala la necesidad de una mayor colaboración entre los organismos encargados de hacer cumplir la ley y las organizaciones de la sociedad civil. Esto tiene una doble finalidad: ayudar a la policía a identificar casos de incitación al odio y que las organizaciones sean conscientes de todos los instrumentos legales de denuncia con los que pueden contar y los promuevan para aumentar el número de casos denunciados. Como hemos visto, la policía también reconoce que aún se necesita más conciencia y sensibilidad en estos temas dentro de las propias agencias policiales para despertar confianza en la comunidad, un objetivo que normalmente es más fácil de alcanzar en las policías pequeñas y locales. También se indica que una mayor diversidad dentro de la policía contribuirá sin duda a este respecto. En general, la policía necesitaría muchos más recursos para conseguir más concienciación del público en general. De hecho, cuando la policía catalana desarrolló el protocolo sobre los Delitos de Odio y Discriminación, también estableció una dirección de correo electrónico para recibir informes anónimos sobre ellos; sin embargo, esto no se ha utilizado ya que carecen de recursos para difundir su existencia. A este respecto, la Policía Metropolitana de Londres se destaca como un buen ejemplo por utilizar alfileres, bolígrafos y folletos para difundir información, por ejemplo, sobre cómo presentar una denuncia

En lo que se refiere al ámbito legal, la complejidad de la cuestión requiere una estrategia de intervención no limitada a las fronteras nacionales, sino con alcance europeo e internacional. En este sentido, es crucial armonizar las diversas legislaciones de Europa y fomentar una mayor colaboración legislativa y judicial internacional o, por lo menos, europea, como se indica en el Protocolo Adicional a la

Convención del Consejo de Europa sobre el Delito Cibernético.[2] Asimismo, se exige una mejor colaboración con los gestores y proveedores de las redes sociales.

Comunidades *online* y plataformas de redes sociales

En cuanto a las actitudes y posturas de las plataformas de redes sociales, existe una percepción de que sus proveedores no se toman suficientemente en serio el tema del discurso de odio, y que no actúan para asegurarse de que los usuarios cumplan las normas de la comunidad. Como se ha expuesto anteriormente, la falta de reacción por parte de Facebook tiene consecuencias ya que, entre otras, contribuye a una actitud de *laissez-faire* entre los jóvenes, de modo que dejan de denunciar contenido de odio al ver que no hay una respuesta válida. De modo que, para abordar de verdad el problema del discurso de odio en Internet, los proveedores de redes sociales tienen que asumir mayor responsabilidad. Como hemos visto, ya se ha dado un primer paso en este sentido mediante el Código de conducta firmado por las principales empresas TI, aunque las consecuencias y aplicaciones están aún por ver.

Al mismo tiempo, otra cuestión clave sería conseguir por parte de los proveedores una mayor transparencia en los mecanismos de denuncia de las redes sociales, es decir, ¿cómo se realiza la moderación?, ¿cuántas denuncias reciben y cuántas conducen a alguna acción? También resultaría muy valioso tener estadísticas sobre algunos aspectos, por ejemplo, en qué casos están recibiendo más denuncias.

2 En inglés, «Additional Protocol to the Convention on Cybercrime, concerning the criminalisation of acts of a racist and xenophobic nature committed through computer systems». Disponible en: https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016800816 0f.

Por otra parte, como ya se ha dicho, también los juristas y cuerpos de seguridad requieren más colaboración de los proveedores de redes sociales, con el fin de obtener información para la investigación y el enjuiciamiento de los casos. Los acuerdos entre las redes sociales y las ONG o plataformas de denuncia podrían ser una forma de sensibilizar a los proveedores de aquellas, aumentar su sentido de responsabilidad, y mejorar y hacer más transparentes sus mecanismos de denuncia.

Hay que destacar que todos los profesionales consideran que el discurso de odio *online* constituye un problema importante y creciente. Sin embargo, en la mayoría de los casos reconocen carecer de los recursos suficientes para combatirlo. La colaboración entre las organizaciones de la sociedad civil y las fuerzas de seguridad y las fiscalías destaca como herramienta clave para crear más confianza, difundir información sobre las herramientas existentes de denuncia e incrementar el número de casos denunciados.

Por otro lado, para prevenir el uso de expresiones de odio *online* es de vital importancia la educación y la concienciación, tanto entre el público en general como entre las posibles víctimas. Las campañas de sensibilización también podrían contribuir a incrementar la autorregulación del discurso de odio, el uso del contradiscurso y las denuncias, ya sea a través de la policía, de las ONG o mediante los propios mecanismos de las redes sociales. No obstante, estos mecanismos deberían ser más eficaces y transparentes, para que los usuarios se sientan escuchados y los proveedores muestren que se toman en serio sus denuncias y la gravedad de la incitación al odio en general.

Observaciones finales

Las desigualdades van en aumento en toda Europa, y ello afecta directamente a los jóvenes en todos los países, en particular a aquellos vinculados a grupos sociales más vulnerables. La difícil situación económica, social y política actual ha constituido un estímulo ideal para la creación y exacerbación de tensiones entre los distintos grupos sociales, muchas de las cuales se refuerzan y transmiten a través del discurso de odio. A esto se suma un crecimiento del racismo en toda Europa, que se evidencia de muchas maneras, así como la acción de grupos extremistas que se aprovechan del poder de influencia de las redes sociales para captar la atención y ganar más adeptos. La instantaneidad con la que se comparten mensajes en Internet, junto con la actitud —hasta ahora— de *laissez-faire* de los proveedores de redes sociales, hace que el fenómeno del discurso de odio *online* sea un problema difícil de regular y de abordar. Las redes sociales continúan ofreciendo un espacio para que los grupos de extrema derecha y sus seguidores siembren odio contra determinados colectivos. En este contexto, las expresiones racistas y homófobas llegan a un público amplio y el discurso de odio se extiende rápidamente *online*, hasta el punto de que muchos usuarios de Internet hacen cada vez más públicas sus opiniones racistas sin ver la necesidad de utilizar perfiles anónimos. Esto no solo refleja un patrón de conducta individual, sino que también denota cómo el discurso de odio es cada vez más un fenómeno aceptado por una amplia mayoría como algo normalizado.

Los resultados empíricos que se exponen y analizan en este libro muestran que las palabras pueden ser armas muy poderosas que, si se

utilizan dentro de un marco sesgado, contribuyen a marginar y degradar a los grupos sociales más vulnerables y, por ende, a degradar a toda nuestra sociedad. Para comprender y abordar la incitación al odio en Internet, hay que reconocer que dicha incitación no se produce como algo separado del «mundo real» o menos nocivo que la que pueda darse en este, sino más bien como un continuo entre el mundo *online* y el *offline*. Los espacios web deben considerarse una parte más de la vida social, ya que forman parte de un proceso circular de interacción mutua. En un contexto cultural y social en el que el sentimiento de intolerancia es común, las expresiones de odio se reflejan en Internet y viceversa. El discurso racista y xenófobo *online* es una ilustración de un fenómeno más amplio que tiene lugar en el debate político y público: un racismo estructural que se ha generalizado en la vida pública cotidiana a través de diversas formas y canales, entre ellos las páginas web y las redes sociales. En el contexto europeo actual, el grupo que más sufre de este clima social es la comunidad musulmana, víctima de un aumento del discurso de odio particularmente en Internet, con picos después de los llamados «eventos detonantes».

Si bien es muy importante mantener un debate teórico abierto sobre el discurso de odio, en el que se incorporen las tensiones entre el derecho a la libertad de expresión y el derecho a no ser discriminado, esta investigación subraya la relevancia de tener en cuenta las experiencias de las personas que hay detrás de las pantallas. Esto nos permite llegar a una comprensión más profunda —y real— de las actitudes, comportamientos, reacciones y respuestas a las expresiones de odio en Internet, sobre todo desde la perspectiva de los jóvenes usuarios de las redes sociales, pero también desde la de los profesionales que trabajan en ámbitos relacionados con la lucha contra el odio.

Mediante este enfoque etnográfico hemos podido conocer y examinar la complejidad de las experiencias de los jóvenes que entran en contacto regular con los discursos discriminatorios y racistas en las redes sociales y otros foros en Internet. Un análisis que ha mos-

trado que la experiencia de encontrarse con el discurso de odio en las redes sociales es tremendamente común, si bien las respuestas entre los jóvenes internautas varían considerablemente. De forma preocupante, muchos usuarios de redes sociales, tanto víctimas o personas que pertenecen a los grupos objetivo como *bystanders*, han normalizado los mensajes de odio y a menudo muestran una actitud pasiva o de *laissez-faire*. Esta actitud, a su vez, parece estar alimentada por la falta de credibilidad de los mecanismos de denuncia de las redes sociales, ya que la razón mayoritaria de los jóvenes para no denunciar contenidos de odio es que lo perciben como inútil por la falta de actuación por parte de los proveedores. Sin embargo, a pesar de la normalización, también hemos visto que muchos de los jóvenes afectados de forma directa sufren profundamente al ser el blanco de las expresiones de odio publicadas en las redes sociales, y que algunos hasta renuncian a parte de su identidad (por ejemplo, religiosa) por culpa de las repetidas olas de odio *online*.

Por otro lado, debemos tener en cuenta que la difusión de mensajes de odio es un fenómeno dinámico que se reproduce en Internet y que requiere respuestas efectivas y acciones conjuntas de múltiples organismos comprometidos con la lucha contra el racismo. En este sentido, la colaboración, especialmente entre la policía y la sociedad civil, es un aspecto esencial para cumplir con el objetivo de aumentar el número de casos denunciados, ya que las víctimas de los colectivos vulnerables tienden a no presentar denuncias ante la policía, sino más bien ante las ONG. También hemos visto que la alianza entre las plataformas de redes sociales y la sociedad civil podría ser clave en la lucha contra los contenidos de odio *online*. Desgraciadamente, a pesar de que los profesionales que trabajan en áreas relacionadas con el racismo y la xenofobia son cada vez más conscientes de la creciente emisión de mensajes de odio en Internet, la mayoría de las organizaciones sufren de una considerable falta de recursos para abordar este problema, o incluso para difundir información sobre las herramientas disponibles para denunciarlo.

Asimismo resulta evidente que la educación y la sensibilización son fundamentales para generar más conciencia en la sociedad en general respecto a que no todos los mensajes difundidos en Internet son aceptables y justificables en nombre de la libertad de expresión. Los usuarios de redes sociales necesitan conocer mejor las consecuencias del discurso de odio, con el fin de que se expresen de un modo más responsable. Una mayor participación de los usuarios en las denuncias a través de los mecanismos *online* es una manera de controlar continuamente el contenido de los espacios digitales. Sin embargo, esto solo es posible si los administradores de redes sociales aplican medidas más estrictas en las respuestas a las denuncias, y hacen más transparente todo este proceso.

Por último, cabe mencionar que resulta de vital importancia que el análisis del discurso de odio contemple un enfoque centrado en las víctimas, a fin de recoger sus experiencias y sus puntos de vista. Para ello, se requiere más investigación cualitativa sobre sus efectos en los grupos objetivo, así como sobre los autores del discurso de odio, teniendo en cuenta no solo las posturas de grupos extremistas, sino también las de los usuarios de Internet comunes que no expresan sus opiniones ofensivas en los encuentros cara a cara, pero sí lo hacen detrás de las pantallas. Aun siendo conscientes de las limitaciones y dificultades metodológicas de este tipo de investigación, cuando muchos perfiles que difunden odio son anónimos, es crucial llevar a cabo estudios centrados en las motivaciones que llevan a expresar mensajes de odio en la red, para poder abordar este grave problema de forma exhaustiva e íntegra.

Bibliografía

Andrisani, P. (2014). «Il perverso intreccio tra odio virtuale e odio "virale"». En *Cronache di ordinario razzismo. Terzo Libro bianco sul razzismo in Italia*. Disponible en: www.lunaria.org/wp-content/uploads/2014/10/impaginato-low.pdf.

Anti-Defamation League (2010). *Responding to cyberhate. Toolkit for action*. Disponible en: www.adl.org/assets/pdf/combating-hate/ADL-Responding-to-Cyberhate-Toolkit.pdf.

Awan, I. (2014). «Islamophobia and Twitter: A typology of *online* hate against Muslims on social media», *Policy and Internet*, 6(2): 133-150.

Back, L. (2002). «Aryans reading Adorno: Cyber-culture and twenty-first century racism». *Ethnic and Racial Studies*, 25(4): 628-651.

Bajt, V. (2014). «Contemporary racism across Europe», *Freedom From Fear Magazine*, 9: 36-39.

Bauman, Z. (2007). *Liquid times: Living in an age of uncertainty*. Cambridge: Polity.

Bonilla-Silva, E. (1999). «The new racism: Racial structure in the United States, 1960s–1990s». En P. Wong (ed.), *Race, ethnicity and nationality in the United States*, pp. 55-71. Oxford: Westview.

Bonilla-Silva, E. y Forman, T. A. (2000). «I am not a racist but... : Mapping white college students racial ideology in the USA», *Discourse and Society*, 11 (1): 50-85.

Boyd, D. (2014). *The social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press.

Brown, C. (2009). «www.hate.com: White supremacist discourse on the Internet and the construction of whiteness ideology», *Howard Journal of Communications*, 20: 189-208.

Buckingham, D. (2006). «Is there a digital generation?». En D. Buckingham y R. Willett (eds.), *Digital generations: children, young people and new media*, pp. 1-13. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.

Büttner, F. (2011). «Right-wing extremism in Spain: Between parliamentary insignificance, far-right populism and racist violence». En N. Langenbacher y B. Schellenberg (eds.), *Is Europe on the «right» path? Right-wing extremism and right-wing populism in Europe*, pp. 181-195. Berlín: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Caldiron, G. (2013). *Estrema destra. Chi sono oggi i nuovi fascisti? Un'inchiesta esclusiva e scioccante sulle organizzazioni nere in Italia e nel mondo*. Roma: Newton Compton.

Caltabiano, N. J. y Torre, S. V. (2013). «Cyber-racism in schools». Actas del Tercer Congreso Internacional sobre Racismo en el Nuevo Orden Mundial del 29-31 de agosto de 2012, Cairns (Australia), pp. 30-39.

Chan, J.; Ghose, A. y Seamans, R. (2016). «The Internet and racial hate crime: *Offline* spillovers from *online* access», *MIS Quarterly*, 40(2): 381-403. Disponible en: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2335637.

Cohen, S. (1972). *Folk Devils and Moral Panics*. Londres: MacGibbon and Kee.

Comisión Europea (2016). *La Comisión Europea y las empresas de TI anuncian un código de conducta en materia de incitación ilegal al odio en Internet*, comunicado de prensa, Bruselas, 31 de mayo de 2016. Disponible en: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-16-1937_es.htm.

Consejo de Europa (1997). *Recommendation (97)20 of the CoE*, 30 de octubre de 1997. Disponible en: https://rm.coe.int/1680505d5b.

— (2012). *Mapping study on projects against hate speech online*. Disponible en: https://rm.coe.int/16807023b4.

Copsey, N.; Dack, J.; Littler, M. y Feldman, M. (2013). *Anti-Muslim hate crime and the far right*. Disponible en: www.tees.ac.uk/docs/DocRepo/Research/Copsey_report3.pdf.

Daniels, J. (2008). «Race, civil rights, and hate speech in the digital era». En A. Everett (ed.), *Learning race and ethnicity: Youth and digital media*. Cambridge (Massachusetts): The MIT Press.

— (2009). *Cyber racism: white supremacy online and the new attack on civil rights*. Lanham: Rowman and Littlefield.

Delgado, R. y Stefancic, J. (2014). «Hate speech in cyberspace», *Wake Forest Law Review*, 49: 319-343. Disponible en: http://ssrn.com/abstract=2517406.

Devine, F. (2002). «Qualitative methods». En D. Marsh y G. Stoker (eds.), *Theory and methods in political science*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

ECRI (European Commission against Racism and Intolerance) (2015). *Annual report on ECRI's activities covering the period from 1 January to 31 December 2014*. Disponible en: www.coe.int/t/dghl/monitoring/ecri/activities/Annual_Reports/Annual%20report%202014.pdf.

— (2016). *ECRI General Policy Recommendation no. 15 on combating hate speech*. Disponible en: www.coe.int/t/dghl/monitoring/ecri/activities/GPR/EN/Recommendation_N15/REC-15-2016-015-ENG.pdf.

Ekman, M. (2015). «*Online* islamophobia and the politics of fear: manufacturing the green scare», *Ethnic and Racial Studies*, 38(11): 1986-2002.

Eurostat (2015). *Being young in Europe today. Statistical handbook*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.

Foxman, A. y Wolf, C. (2013). *Viral hate: Containing its spread on the Internet*. Nueva York: Palgrave MacMillan.

FRA (European Union Agency for Fundamental Rights) (2009). *EU-MIDIS. European Union minorities and discrimination survey. Main results report*. Disponible en: http://fra.europa.eu/en/project/2011/eu-midis-european-union-minorities-and-discrimination-survey.

Gagliardone, I.; Gal, D.; Alves, T. y Martínez, G. (2015). *Countering online hate speech*. París: UNESCO.

Garaigordobil, M. (2015). «Cyberbullying in adolescents and youth in the Basque Country: prevalence of cybervictims, cyberaggressors, and cyberobservers», *Journal of Youth Studies*, 18(5): 569-582. DOI: 10.1080/13676261.2014.992324.

Gelber, K. y McNamara, L. (2015). «Evidencing the harms of hate speech», *Social Identities*, 22(3): 324-341.

Glaser, J.; Dixit, J. y Green, D. P. (2002). «Studying hate crime with the Internet: what makes racists advocate racial violence?», *Journal of Social Issues*, 58(1): 177-193.

Gómez Martín, V.; Marquina Bertrán, M.; Rosa Palacio, M.; Tamarit, J. P. y Aguilar García, M. A. (2015) (dirs.). *Manual práctico para*

la investigación y enjuiciamiento de delitos de odio y discriminación. Barcelona: Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada.

Heinze, E. y Phillipson, G. (2017). *Debating hate speech*. Londres: Hart.

Henry, J. (2009). «Beyond free speech: novel approaches to hate on the Internet in the United States», *Information and Communications Technology Law*, 18: 235-251.

Holkeri, E. (2013). «Concepts and dimensions of *online* hate: A literature review». En A. Storgaard (ed.), *Methodologies and methods in criminology*, Informe 55 del Seminario del Consejo Escandinavo de Investigación de Criminología (NSfK), Svartå Slott, Finlandia. Aarhus: Aarhus University.

Holmes, J. (2011). «Cyberkids or divided generations? Characterising young people's Internet use in the UK with generic, continuum or typological models», *New Media and Society*, 13(7): 1104-1122.

Jane, E. (2014). «"Back to the kitchen, cunt": Speaking the unspeakable about *online* misogyny». *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 28: 558-570.

Jubany, O. (2011). «Constructing truths in a culture of disbelief. Understanding asylum screening from within», *International Sociology*, 26(1): 74-94.

— (2017a). *Screening asylum in a culture of disbelief: Truths, denials and skeptical borders*. Londres: Palgrave Macmillan.

— (2017b). *Social control and the remote realities of our everyday life*. Londres: Palgrave-Macmillan.

— (2018). «Unmasking the cultural construction of asylum screening at borders». En F. Vecchio y A. Gerard (eds.), *Entrapping asylum seekers*. Londres: Palgrave Macmillan.

Jurgenson, N. (2011). *Digital dualism and the fallacy of web objectivity*. Disponible en: http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/09/13/digital-dualism-and-the-fallacy-of-web-objectivity/.

Keats Citron, D. y Norton, H. (2011). «Intermediaries and hate speech: Fostering digital citizenship for our information age», *Boston University Law Review*, 91: 1435-1484.

Keen, E. y Georgescu, M. (2016). *Bookmarks: A manual for combating hate speech* online *through human rights education*. Strasbourg: Council of Europe. Disponible en: https://rm.coe.int/168065dac7.

King, R. D. y Sutton, G. M. (2013). «High times for hate crime: Explaining the temporal clustering of hate motivated offending», *Criminology*, 51(4): 871-894.

Kowalski, R. M.; Giumetti, G. W.; Schroeder, A. N. y Lattanner, M. R. (2014). «Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth», *Psychological Bulletin*, 140(4): 1073-1137.

Livingstone, Sonia (2008). «Internet literacy: young people's negotiation of new *online* opportunities». En T. Mcpherson (ed.), *Digital youth, innovation and the unexpected*, pp. 101-122. Cambridge: MIT Press.

Livingstone, S. y Brake, D. R. (2010). «On the rapid rise of social networking sites: new findings and policy implications», *Children and Society*, 24(1): 75-83.

Livingstone, S.; Haddon, L.; Görzig, A. y Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full findings of the EU Kids Online*. Londres: LSE.

Livingstone, S. y Helsper, E. (2010). «Balancing opportunities and risks in teenagers' use of the Internet: the role of *online* skills and Internet self-efficacy», *New Media and Society*, 12(2): 309-329.

Macháčková, H.; Dedkova, L.; Sevcikiva, A. y Cerna, A. (2015). «Empathic responses by cyber*bystanders*: the importance of proximity», *Journal of Youth Studies*, 19(6): 793-804.

Maitra, I. y McGowan, M. K. (2012). «Introduction and overview». En I. Maitra y M. K. McGowan (eds.), *Speech and harm: Controversies over free speech*, pp. 1-23. Oxford: Oxford University Press.

Movimiento contra la Intolerancia (2013). *Informe Raxen Especial 2012. Europa en Crisis: Tolerancia o Barbarie. Racismo, Xenofobia e Intolerancia en Internet*. Disponible: en http://movimientocontralaintolerancia.com/download/raxen/especial2012/especial2012.zip.

Myers, K. A. y Williamson, P. (2001). «Race talk: the perpetuation of racism through private discourse», *Race and Society*, 4: 3-26.

Nilan, P.; Burgess, H.; Hobbs, M.; Threadgold, S. y Alexander, W. (2015). «Youth, social media and cyberbullying among Australian youth: "sick friends"», *Social Media + Society*, 1(2): 1-12.

Observatorio Andalusí (2014). *Informe especial 2013: Incidencias e islamofobia*. Madrid: Unión de Comunidades Islámicas de España.

Observatorio PROXI (Proyecto Online contra la Xenofobia y la Intolerancia) (2015). «Proyecto contra la xenofobia y la intolerancia». *Informe del Observatorio Proxi*, vol. 1, septiembre de 2015.

Oksanen, A.; Hawdon, J.; Holkeri, E.; Näsi, M. y Räsänen, P. (2014). «Exposure to *online* hate among young social media users». En N. M. Warehime (ed.), *Soul of society: A focus on the lives of children and youth*, pp. 253-273. Bingley: Emerald Group.

Petnehazi, I. P. (2012). «User-generated hate speech: Analysis, lesson learnt, and policy implications. The case of Romania». Tesis de máster presentada en la Central European University.

Prensky, M. (2001). «Digital natives, digital immigrants», *On the Horizon*, 9(5): 1-6.

Rogers, R. (2013). *Right-wing formations in Europe and their countermeasures: An online mapping*. Ámsterdam: Digital Methods Initiative. Disponible en: http://govcom.org/populism/GCO_DMI_Populism_final_6May2013.pdf.

Solomos, J. (2001). *Race, multiculturalism and difference*. En N. Stevenson (ed.), *Culture and citizenship*, pp. 198-211. Londres: Sage.

Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the net generation*. Londres: McGraw-Hill.

Thomas, A. (2007). *Youth online: identity and literacy in the digital age*. Nueva York: Peter Lang.

Tynes, B. (2006). «Children, adolescents, and the culture of *online* hate». En N. Dowd, D. Singer y R. F. Wilson (eds.), *Handbook of children, culture, and violence*, pp. 267-289. California: Sage.

Waldron, J. (2012). *The harm in hate speech*. Cambridge (Massachusetts): Harvard University Press.

Welch, M. y Schuster, L. (2005). «Detention of asylum seekers in the US, UK, France, Germany, and Italy. A critical view of the globalizing culture of control», *Criminal Justice*, 5(4): 331-355.

Williams, M. L. y Burnap, P. (2015). «Cyberhate on social media in the aftermath of Woolwich: a case study in computational criminology and big data», *British Journal of Criminology*, 55: 1-28.

Wolf, C. (2004). «Regulating hate speech qua speech is not the solution to the epidemic of hate on the Internet». Ponencia presentada en el Congreso de la OSCE del 16-17 de junio, en París. Disponible en: http://www.metrocorpcounsel.com/articles/4485/regulating-hate-speech-qua-speech-not-solution-epidemic-hate-internet-part-i.

El poder de la palabra es ilimitado, como lo es nuestro pensamiento. Un poder que, cuando se propaga de forma indiscriminada, global y denigrante, como se hace mediante las nuevas tecnologías, puede ser un dispositivo demoledor para nuestra sociedad. Si la palabra está cargada de odio, fanatismo y discriminación, se convierte en un arma que difunde la hostilidad, la exclusión y la violencia, con efectos devastadores para la convivencia, la diversidad, la dignidad y el respeto a los derechos individuales y colectivos.

Fundamentado en una investigación etnográfica sobre la experiencia de los jóvenes como principales usuarios, este libro analiza la virulenta y amplia presencia del discurso de odio en Internet, y el distinto papel que todos desempeñamos como testigos, perpetradores o víctimas de este discurso. Muestra, además, el uso que los grupos radicales hacen de las redes sociales para expandir la intolerancia, los prejuicios y el racismo, que tan a menudo son la antesala de la violencia, y también la pasividad de las grandes plataformas ante tal realidad, que contribuyen así a normalizar y perpetuar el fenómeno del discurso de odio en la red.

UNIVERSITAT DE BARCELONA
Edicions