

GUÍA DE BOLSILLO PARA CIBERACTIVISTAS

Rompe con el discurso de odio
y la desinformación en internet

cibe**R**espect



¿QUÉ ES CIBERESPECT?

Una línea de trabajo lanzada por Ecos del Sur en 2016. Buscamos la transformación narrativa de la sociedad, activando los marcos mentales de la solidaridad, el respeto y la cooperación latentes en las personas.

Apostamos por el ciberactivismo para combatir las actitudes xenófobas que campan libres en internet y que favorecen un clima de odio, discriminación y agresiones en el entorno offline.

REUNIMOS a personas y organizaciones heterogéneas alrededor de causas comunes para desarrollar juntos una respuesta positiva al reto de la diversidad en las sociedades complejas.

ALENTAMOS el activismo en las redes, plantando la semilla de una narrativa de respeto en formatos viralizables y transmedia.

PROYECTAMOS la acción local y las relaciones de cercanía hacia el entorno digital global, inspirando y acompañando el nacimiento de un nuevo agente de cambio: el/la ciberactivista llamado/a a liderar la lucha contra el odio y la desinformación en las redes.



¿DE QUÉ HABLAMOS CUANDO HABLAMOS DE...?

Discurso de odio: es una acción comunicativa que pretende denigrar, intimidar, promover prejuicios, incitar a la discriminación y a la violencia contra individuos por motivo de su pertenencia a un grupo específico, definido por una o algunas características compartidas (origen, religión, género, orientación sexual, condición de salud etc).

Algunos **tipos de discurso de odio** son: islamofobia, racismo, xenofobia, aporofobia, sexismo, antigitanismo, capacitismo.

Desinformación: es la información falsa creada con la intención deliberada de hacer daño a una persona, grupo, organización o país. Los bulos xenófobos que circulan por las redes sociales son un ejemplo de desinformación.

Algunos grupos radicales utilizan, además de los medios de comunicación tradicionales y digitales, las plataformas sociales y servicios de mensajería con la clara intención de generar alarma, mentiras y mensajes de odio contra determinados colectivos para provocar la polarización de la opinión pública.

Por otra parte, Internet y las redes sociales también son herramientas muy potentes para la difusión de un discurso alternativo al odio.



¿DÓNDE ENCONTRAMOS DISCURSO DE ODIO Y DESINFORMACIÓN?

_En el espacio público, en el que expresiones que atacan a una persona por su pertenencia, real o percibida, a un grupo con características determinadas (como origen, religión o género, entre otras) se comunican a través de actos de vandalismo contra propiedades privadas o lugares de culto, insultos, rumores, violencia verbal en la calle o en eventos públicos.

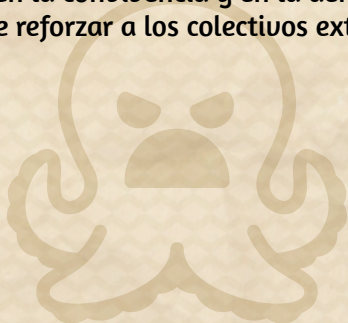
_En los medios de comunicación tradicionales: la prensa, la radio y la televisión a veces normalizan o reafirman prejuicios hacia determinados colectivos, o difunden información tendenciosa que respalda discursos de odio.

_En el medio online: Internet tiene un potencial sin precedentes para facilitar la transmisión de mensajes. Esto hace que quien tiene por objetivo propagar mensajes de odio utilice estas plataformas para difundir sus discursos de manera mucho más eficaz, a través de páginas web, foros, redes sociales, servicios de mensajería y juegos online.

La exposición a la desinformación y al discurso de odio **tiene consecuencias.**

Individuales: en las víctimas y en las personas que son manipuladas.

Sociales: en la convivencia y en la democracia, además de reforzar a los colectivos extremistas.



¿QUÉ PAPEL TIENEN LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN DE ODIO?

_Privilegian los formatos multimedia (vídeos cortos, memes, gifs) y cuanto más emotivo o sorprendente es el mensaje, más posibilidad habrá de que se difunda y genere más visitas. Esto alimenta la superficialidad y explota el poder movilizador del odio.

_Las personas o grupos que difunden odio y desinformación pueden hacerlo sin coste.

_Los mensajes compartidos en las redes tienen una gran **capacidad de viralización**, lo que hace muy difícil reparar el daño que causan los contenidos de odio y desinformación.

_Las redes funcionan como **cámaras de resonancia**: la información a la que se accede procede, normalmente, de personalidades, amistades, organizaciones y/o medios a los que ya se es afín.

_Muchas personas otorgan mayor legitimidad a los contenidos que encuentran en las cuentas con más seguidores que a otras con menos. Sin embargo, la popularidad no es sinónimo de calidad ni veracidad.

_A través de las redes sociales se captan muchos **datos personales que pueden ser utilizados por grupos** que emplean el discurso de odio para ganar poder.



BURBUJAS INFORMATIVAS EN REDES SOCIALES, ¿CÓMO FUNCIONAN?

Sesgo ideológico: lo que tú eliges seguir (personas, medios)

Sesgo algorítmico: lo que la red te sugiere

Necesidad de pertenencia (lo que todos comparten y comentan...)

Diseño de las aplicaciones: adicción, permanencia, captación de datos

Las redes priorizan los contenidos que generan reacciones = la indignación (me enfada, me entristece, compartir, comentar...)



Impulso a los líderes **“más agresivos, autoritarios, paranoicos y tribales”**
(Jaron Lanier).

**Polarización de las opiniones
y radicalización que corroe a las democracias.**

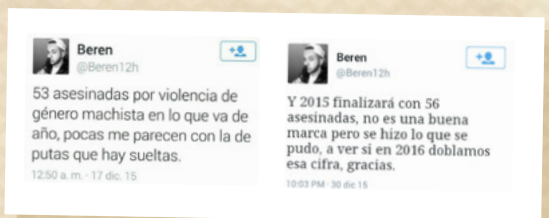
¿EL DISCURSO DE ODIOS PUEDE SER CASTIGADO POR LA LEY?

El **delito de odio** es una acción que está tipificada como delito en **el Código Penal** (por ejemplo, una agresión, un robo o una discriminación en la prestación de un servicio) y que está **motivada por prejuicios hacia determinadas características de la víctima**. Esta motivación es lo que se entiende como un peligro para la cohesión de nuestra sociedad.

El discurso de odio punible hace referencia a las acciones comunicativas (verbales, escritas, audiovisuales, etc.) que constituyen un delito de acuerdo con el artículo 510 del Código Penal.

La mayoría del discurso de odio se mueve dentro de los límites de la libertad de expresión.

Pensemos, por ejemplo, en los rumores sobre “los inmigrantes que nos roban el trabajo”, en las noticias falsas sobre cambios de iglesias por mezquitas o en manifestaciones de rechazo hacia la “acogida de refugiados” o a favor del cierre de las fronteras “a cualquier precio”. Por peligrosos que resulten para la convivencia, no son punibles legalmente. Esto no significa que no podamos luchar contra ellos: al contrario, lo podremos hacer justamente utilizando nuestra libertad de expresión para difundir mensajes alternativos, antidiscriminatorias y basados en la noción de concidadanía y bien común.



El autor de estos tuits fue condenado a más de dos años de cárcel por delito de discurso de odio.

MENSAJES DE ODIO MOTIVO DE DELITO

1

Mensajes de **incitación directa o indirecta a la violencia y el odio** contra una persona o grupo por una característica específica (origen, etnia, orientación sexual...).

2

Mensajes que **humillan o menosprecian** a un grupo, así como la **exaltación o justificación de los crímenes** cometidos contra ese grupo o las personas que lo integran, con una motivación discriminatoria.

3

Mensajes que contienen una **negación o justificación del genocidio**, la difusión de ideas que buscan rehabilitar regímenes o instituciones que apoyan o fomentan prácticas genocidas.

¿QUIÉN ES QUIÉN EN LAS TINIEBLAS DEL ODIO Y LA DESINFORMACIÓN EN RRSS?

TROL: alguien que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema con la principal intención de molestar o causar una respuesta emocional negativa en las audiencias, logrando que se enfrenten entre sí.

HATER: alguien que sistemática y abiertamente demuestra su desprecio y hostilidad hacia una persona, grupo, institución, etc., a través de comentarios y publicaciones que las difaman, agreden o critican, argumentando su razonamiento como el correcto.

SOCK PUPPET: es una identidad falsa empleada en las redes con fines fraudulentos, como, por ejemplo, esconder la verdadera motivación detrás de las opiniones expresadas.

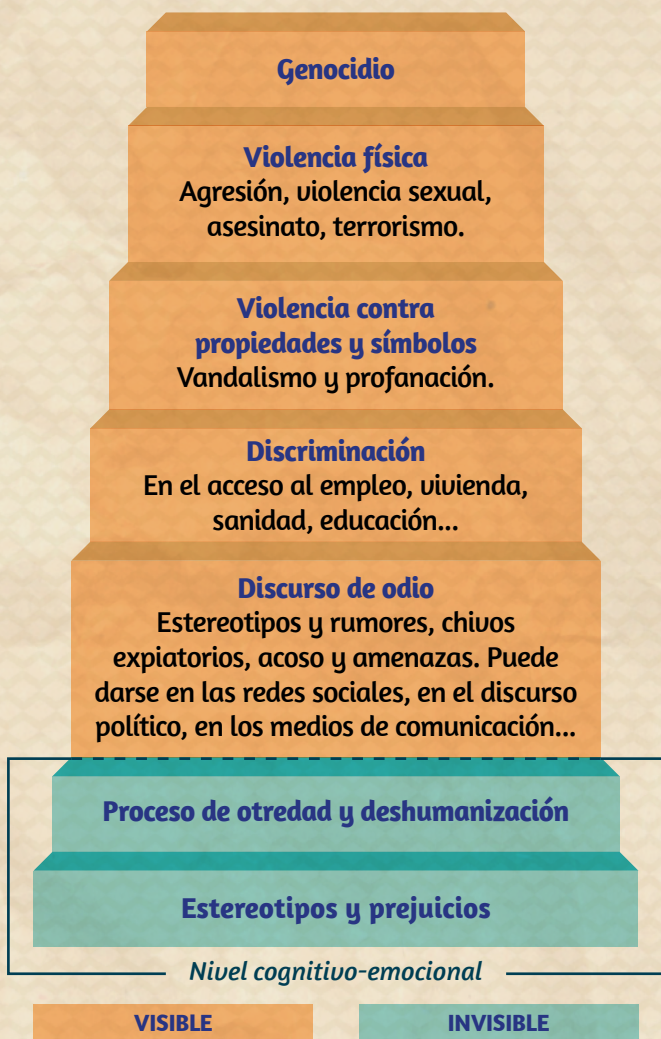
MERCENARIO/A: persona contratada para posicionar y alimentar un perfil falso o fraudulento, creado con la intención de manipular la opinión pública.

BOT: programa informático que efectúa automáticamente tareas repetitivas a través de Internet que serían inalcanzables para una sola persona: difundir masivamente un bulo, posicionar o envenenar un hashtag...

En las redes sociales también actúan grupos de personas organizadas (vinculados, por ejemplo, a organizaciones políticas de ideologías autoritarias, como los grupos de extrema derecha) **que se dedican a atacar, desacreditar, estigmatizar a personas y colectivos, a manipular la opinión** de las audiencias sobre determinados temas o a generar la sensación de una verdadera “emergencia social” contra colectivos concretos. Para esto echan mano de una **retórica alarmista**.



LA PIRÁMIDE DEL ODIO



**basada en la pirámide del odio del proyecto "Barcelona VS Odi"*

¿CÓMO RECONOCER EL DISCURSO DE ODIO?

¿Hasta qué punto una expresión es ofensiva o intolerante y en qué momento podemos hablar de discurso de odio? La distinción no siempre es fácil. Proponemos siete preguntas que pueden ayudarte a identificarlo:

1. ¿Quién está hablando y de quién está hablando? Las y los “opinion makers” pueden desarrollar un papel crucial en la creación de un clima negativo respecto a determinados grupos. Por otra parte, el discurso de odio es emitido hacia personas a quienes se percibe como diferentes: colectivos histórica y estructuralmente más vulnerables ante la discriminación.

2. ¿Qué contenido tiene el mensaje?

A) **Amenazas, insultos o expresiones de menosprecio** y estigmatización directa hacia una persona o grupo que podemos considerar como discriminado.

B) Propaganda de mensajes que reivindican la **superioridad de un grupo con respecto a otros**, motivada supuestamente por razones “raciales”, “culturales”, “científicas”, “económicas” etc.

C) **Negación, banalización o exaltación de eventos históricos** de discriminación con el objetivo de menoscabar la dignidad de quien la sufre.

3. ¿Qué impacto o consecuencias puede tener el mensaje? ¿Se trata de ataques contra la naturaleza esencial de quien los sufre, y por eso **afectan gravemente a sus derechos, a la igualdad, a la dignidad, a la libertad, a la participación política y libertad de expresión?**

4. ¿Qué objetivo tiene quien habla? Quienes **difunden odio contra otras personas** quieren lanzarles un mensaje claro de **no aceptación como “iguales” en la sociedad donde viven**. Aunque no siempre es fácil valorar los objetivos de la persona emisora, en muchos casos la repetición de mensajes de odio hacia un colectivo es buen indicador.

5. ¿Qué alcance tiene el mensaje? **El alcance incrementa el daño potencial** sobre la persona o

grupo atacado. Un perfil de Twitter con más de 10.000 seguidores tiene un potencial de difusión del odio muy superior al de un perfil que cuenta únicamente con algunos centenares.

6. ¿En qué contexto social se da el mensaje?

Discursos que pueden resultar inocuos o neutrales en un contexto, pueden adquirir connotaciones muy peligrosas en otro, por ejemplo en momentos de incremento de las desigualdades o en procesos electorales.

7. ¿Hay un patrón en el discurso? La repetición y la identificación de un **patrón de conducta** de la persona o perfil que difunde odio puede hablar de una estrategia, y ayuda a determinar el impacto potencial de estas acciones comunicativas y el consecuente peligro.

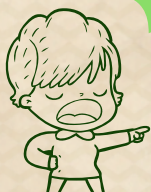
INTERVENIR ANTE EL ODIO, ¿SÍ O NO?

SÍ

Rompe la espiral del silencio: las personas tienden a no expresar su opinión si no perciben que será aprobada por la mayoría. Por eso es necesario, si actuamos para hacer más presente el discurso alternativo, animaremos a otros a intervenir.

Las personas que emiten discursos de odio no son una categoría homogénea, Algunas pueden rectificar y cambiar de actitud.

El espacio en línea brinda a los activistas la oportunidad de ampliar el discurso alternativo y desplegar una multitud de estrategias contra el odio.



NO

Uno de los riesgos de intervenir es que el mensaje de odio puede amplificarse, generando un efecto de bola de nieve que propaga las ideas que queremos confrontar.

No alimentemos al troll. Intervenir le brinda lo que está buscando: una reacción de nuestra parte.



¿QUÉ HACER?

Cada caso de discurso de odio es diferente y tendremos que identificar la mejor estrategia de respuesta, que puede ir desde el reporte del contenido a la denuncia ante las autoridades. Aquí exponemos dos posibilidades de intervención online:

CONTRANARRATIVA

Su objetivo es enfrentarse a una narrativa discriminatoria de **manera directa**, haciendo mención a ella y ofreciendo contraargumentos. **Surge en oposición** a una narrativa existente, con un comentario específico y a **corto plazo**.

Se dirige a quién ya tiene una opinión extrema o a quién pueda simpatizar con ella.

Un ejemplo de contranarrativa sería un mensaje que desmonta un rumor relativo a un grupo determinado en un foro de un diario digital.

NARRATIVA ALTERNATIVA

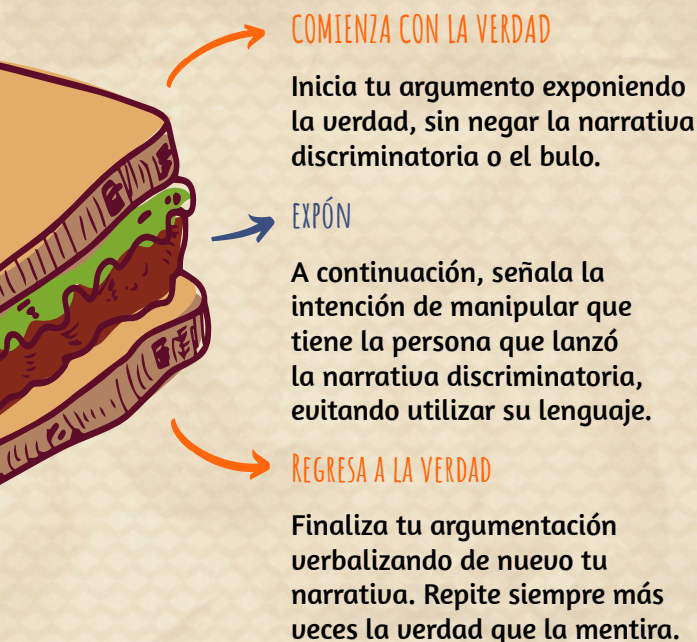
Proponer **una visión alternativa** de la realidad, desde un posicionamiento propio y no en reacción a un comentario de odio previo. Un relato de los hechos desde los **Derechos Humanos** que pueda funcionar a **largo plazo**.

Se dirige hacia toda la **sociedad en general** o **grupos de interés específicos**.

Por ejemplo, un documental sobre la vida de las personas refugiadas o una campaña que promueva los derechos humanos, como AllDifferent-AllEqual.

EL SANDWICH DE LA VERDAD

Es una estrategia diseñada por el lingüista George Lakoff para rebatir la desinformación. Se basa en la idea de que si respondemos a una mentira negándola, lo que conseguimos es el efecto contrario: reforzarla. Por eso, propone articular nuestro discurso de este modo cuando tratemos de desmontar un bulo o rumor:



Elige cuidadosamente las palabras, teniendo en cuenta sus connotaciones.

NARRATIVAS

Las narrativas son una forma de contar eventos conectados, que tiene lógica interna y hace que la complejidad del mundo sea inteligible. Como historias que interpretan nuestra realidad, tienen una potente dimensión emocional y transmiten valores, de manera que se convierten en una guía para la acción.

El discurso de odio y la desinformación son herramientas empleadas para introducir narrativas discriminatorias en la sociedad. Las narrativas discriminatorias comunican una visión excluyente del mundo, protagonizada por 'víctimas' y 'culpables,' y movilizan emociones como el odio, el miedo y la ira.

Las narrativas alternativas muestran que la realidad no es necesariamente opresiva y excluyente, y cuestionan las causas del miedo y el odio, retando los estereotipos. Para elaborar una narrativa alternativa sobre un tema, puedes seguir estos consejos:

La base es el bien común y los derechos humanos.

En los argumentos "en reacción a", propón tu posicionamiento propio.

Invita al diálogo y a la participación.

Promueve el pensamiento crítico y la duda.

Rompe con la dinámica "Nosotros - Ellos/as"

Estructura tus argumentos en emociones alternativas al odio, el miedo y la ira. Por ejemplo, la empatía, la alegría, la gratitud, la esperanza, el interés, el orgullo...

Cuando tengas construida tu narrativa alternativa al odio, podrás difundirla en las redes sociales a través de mensajes, memes, campañas o en el formato que más te guste: lo importante es que tengas una buena historia que sustente tus intervenciones.

RECOMENDACIONES PARA LA INTERVENCIÓN EN LAS REDES SOCIALES

Evita la confrontación directa y busca apoyos en tu causa.

Evita la amplificación del odio. No compartas ni etiquetas negativos.

Maximiza el impacto respondiendo a sucesos de actualidad.

Innova en los formatos.

Muestra empatía.

Planta la semilla de la duda.

Actúa rápido cuando detectes odio o desinformación y si es posible con apoyo de más personas.

No sólo datos >>> emoción!!!

cibeRespect

Búscanos y participa en:



comunicacion@ecosdosur.org - 881 96 56 92

Avenida de Finisterre, nº 109, bajo.
15004 - A Coruña

WWW.CIBERESPECT.COM