

REDES SOCIALES COMO INSTRUMENTOS DE PROPAGANDA RACISTA. DEL DISCURSO DEL ODIOS AL “#YOTEACOMPAÑO” TRAS LOS ATENTADOS DE CATALUÑA.

Noelia García Estévez¹
Universidad de Sevilla
noeliagarcia@us.es

Resumen:

Las sociedades actuales son heterogéneas y diversas, en ellas conviven personas de diferentes culturas, razas y religiones y la integración y la armonía social son retos fundamentales para el éxito social. En este contexto, Internet y las redes sociales adoptan un papel crucial, bien sea para la igualdad y la concordia o para la diferencia y la discordia. El discurso del odio encuentra en la red una potente herramienta para reforzar y expandir este tipo de ideología, más aún en circunstancias espacialmente sensibles para la ciudadanía como han sido los atentados terroristas de grupos radicales islámicos. No obstante, encontramos también la otra cara de las redes sociales donde los ciudadanos muestran su solidaridad y apoyo a las minorías en una búsqueda activa por la paz y bienestar social.

Abstract:

Current societies are heterogeneous and diverse, in which people of different cultures, races and religions coexist, and integration and social harmony are fundamental challenges for social success. In this context, the Internet and social networks play a crucial role, either for equality and concord or for difference and discord. The hate speech finds in the network a powerful tool to reinforce and expand this type of ideology, even more in circumstances that are spatially sensitive to citizenship such as the terrorist attacks of radical Islamic groups. However, we also find the other side of social networks where citizens show their solidarity and support to minorities in an active search for peace and social welfare.

Palabras clave:

Ciberodio-propaganda-redes sociales-Twitter-racismo-xenofobia-Internet.

Key Words:

Cyberhate-propaganda-social networks-Twitter-racism-xenophobia-Internet.

1. INTRODUCCIÓN: LA GLOBALIZACIÓN Y LA DIVERSIDAD EN LA ERA DE INTERNET

La globalización o mundialización está montada sobre la civilización científico/técnica, extendida a escala planetaria, el poder unificador del mercado mundial y la aparición de instituciones económicas (multinacionales, bancos, concentraciones de capital, industria cuasi monopolísticas), que actúan a escala planetaria sin que haya instancias políticas internacionales de decisión, capaces de controlarlas y disciplinarlas (Cerezo, 2009). Criado resume muy brevemente los principales rasgos y condiciones que acompañan a las migraciones actuales en el marco de la globalización: la continuidad de los vínculos y contactos de los emigrados con los lugares de origen y los efectos derivados; la creciente significación que han adquirido las remesas -a nivel micro y macroeconómico- convertidas hoy en una de las fuentes más importantes de entrada de divisas; la demanda de los inmigrantes de derechos políticos en los lugares de origen; y el endurecimiento de las políticas migratorias de los países de recepción, lo que repercute en las condiciones de vida de los emigrados.

En la vigente sociedad globalizada la circulación de personas es una constante generando importantes flujos de migración y su consecuente diversidad cultural. Sin embargo, el migrante sufre normalmente lo que Chambers denomina el “drama del extranjero”, no sólo porque se le exige que se sienta cómodo mientras ve amenazada

¹ Doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla, licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y en Periodismo. Máster en Dirección en Comunicación Empresarial e Institucional. Profesora en la Universidad de Sevilla.

constantemente su identidad, sino que además, se toman como el síntoma que “vuelve problemático nuestros propios yo” occidentales con la conciencia de la diferencia (1995). El problema es siempre otro, del que se tiene que integrar en una sociedad nueva, enfrentarse a la crisis de identidad provocada por la distancia del país natal. Pero además, como indica el autor, el reconocimiento del otro y de la alteridad radical, significa reconocer que ya no estamos en el centro del mundo.

El aumento del flujo migratorio supone una dispersión de pueblos, culturas y vidas, por lo que nos enfrentemos inevitablemente con mezclas de historias, cruces de culturas, lenguas compuestas... que también forman parte del “núcleo central” de nuestra historia. No solo que nuestro espacio lingüístico, cultural e histórico está ligado a aquello que está “afuera” (como que Occidente no puede existir sin Oriente) sino que, nuestra historia, nuestra cultura, continuamente se descompone y recompone en el cruce entre aquello que hemos heredado y el lugar donde nos encontramos.

La diversidad cultural imperante en las sociedades nos hace replantearnos todos nuestros conceptos con relación al otro, en una sociedad donde existe una dispersión de etnias y culturas diferentes. En este contexto, la integración se presenta como un requisito imprescindible para el buen funcionamiento y devenir social. Para Durkheim esta integración dependerá de la “solidaridad orgánica” de esa sociedad, siendo esta imprescindible para proveer a todos los individuos lo necesario para alcanzar el bienestar social (Tironi, 1995). Parsons insiste también en esta idea de una solidaridad indispensable para la subsistencia de un sistema social, ya que este necesita la coherencia de su estructura con los sistemas de personalidad y cultura, lográndose esta integración mediante la socialización y el control social (Parsons, citado en Ribas, 2004).

En la actualidad se ha establecido una fuerte vinculación entre el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, la globalización y las migraciones humanas. La lógica globalizadora llevaría al individuo a despojarse de su propia identidad a favor de la cultura hegemónica; sin embargo, la respuesta del individuo suele ser la resistencia, produciéndose así un choque cultural (Jiménez, 2012). La web, por su parte, se presenta como una oportunidad para las minorías, desafiando el “racismo industrial” según el cual la industria mediática y cultural desatiende las demandas y la propia existencia de estas minorías quedando fuera de su estructura, representación y programación.

La web es, casi por definición, un ambiente de diversidad y emergencia, donde constantemente se están gestando fenómenos novedosos. El ámbito de la sociabilidad digital es en este sentido igualador: no es necesario contar con grandes cantidades de recursos para obtener visibilidad en Internet, por el contrario, en la red se destacan aquellas propuestas que resaltan por su talento y originalidad, generalmente desarrolladas con bajos presupuestos (Nicolás, 2011).

Internet ofrece grandes posibilidades a los grupos minoritarios, en este caso los inmigrantes o las minorías étnicas, que pueden usar la red para alojar contenidos propios y específicos y para consultar información útil y de relevancia para dicho colectivo. De igual forma, Internet puede ser un lugar de encuentro de culturas, razas, etnias y religiones donde se superen todo tipo de barreras políticas y sociales y se invite a la convivencia. No obstante, la red también puede ser un estupendo escenario donde cultivar radicalismos absurdos, basados en religiones o diferencias culturales, que destruyen la armonía y coexistencia social.

2. METODOLOGÍA

Es objetivo de esta investigación conocer qué papel adoptan Internet y las redes sociales en el proceso integrador y convivencial exigible y necesario en las plurales sociedades actuales. Pero también es nuestra intención analizar la otra cara del fenómeno, vislumbrando las dinámicas de odio y discursos racistas desplegados en la red, con su potencial capacidad de amplificación. A partir de estas interpelaciones nos formulamos los siguientes interrogantes: ¿pueden ser las redes sociales instrumentos sociabilizadores e integradores?, ¿es más o menos abundante el discurso racial y del odio en Internet?, ¿cómo responde la comunidad online ante las expresiones racistas y xenófobas en redes sociales, blogs o sitios web?

Este artículo está basado en una investigación de campo de tipo exploratoria y descriptiva, cuya recolección de datos se ha realizado directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular ni controlar variable

alguna. En la elección de instrumentos metodológicos, hemos tenido en cuenta la naturaleza de nuestro objeto de estudio empleando los métodos y técnicas adecuados tanto para la recolección de datos como para su posterior análisis. Examinar cómo es la propaganda racial y su propagación por la red así como estudiar las redes sociales y las comunidades online se hace imprescindible para poder abordar esta investigación y profundizar en sus principales cuestiones.

El estudio de caso ha sido empleado como el instrumento idóneo para analizar la problemática propuesta. Así, nos basamos en el contexto posterior a los atentados terroristas acaecidos en Cataluña el 17 de agosto de 2017 y perpetrados por el autodenominado Estado Islámico. Analizamos cómo fue la respuesta en los medios sociales donde, aun habiendo un aumento del odio y el racismo acompañado de bulos y falsas noticias, también hallamos una oleada de solidaridad como, por ejemplo, la campaña en Twitter “#yoteacompañó”, utilizada por los usuarios para mostrar su defensa de la igualdad y la no asimilación de Islam con el terrorismo.

3. PROPAGANDA DEL ODIO RACIAL: EL DISCURSO DEL ODIO EN INTERNET Y EN LAS REDES SOCIALES

Estamos de acuerdo que el racismo, la xenofobia y la discriminación racial son actitudes e ideologías mucho más antiguas que el propio Internet. Si bien, un simple vistazo a la red nos permite descubrir que esta se ha convertido en una peligrosa gran plataforma desde la que difundir contenidos racistas y discriminatorios. En el presente contexto de sociedades multiculturales propiciadas en gran parte por las migraciones y cuya ciudadanía debería estar orientada a la pluralidad e interculturalidad, el hecho de encontrar en Internet espacios que fomenten un discurso discriminatorio y racista pone de manifiesta el conocido como racismo oculto y deja en evidencia las carencias en el desarrollo y progreso humanos. Además, la difusión online del discurso del odio ha supuesto un salto cualitativo para su extensión.

La incitación al odio y al ciberodio son discursos radicales que se expanden especialmente en Internet y en las redes sociales donde no existen intermediarios entre lo que se produce y lo que se publica. Encontramos sitios web centrados en este tipo de discurso, fomentando las fracturas sociales y abogando por ideologías nazis y fascistas. Fue en 1995 cuando nació la página web Orgullo Blanco Mundial-Stormfront, considerado como el primer portal internacional del neonazismo y con una evidente vocación de incitación al odio. Su origen se basa en un sistema de tablón de anuncios de principios de 1990 que posteriormente sería refundado en una página web por el ex líder del Ki Klus Klan Black Stormfront. El sitio web está estructurado como un foro de debate temático con numerosas secciones como la ideología, la ciencia, el revisionismo, el homeschooling, y la defensa personal. Stormfront también publica noticias, tiene una tienda de artículos y enlaces amplios a las organizaciones racistas. El sitio tiene un logo con la cruz celta común neo-nazi iconografía rodeado por el lema “White Pride World Wide”. En España encontramos también el portal NuevOrden, aunque en la actualidad existen restricciones para entrar en él. La red la acoge adeptos a este tipo de pensamiento a lo largo y ancho del planeta, observándose en Japón como desde la década de los noventa aparece el conocido como Netto Uyoku, un tipo de ultraderecha en Internet que une a personas que se sirven de la red con el objetivo de expresar opiniones derechistas, con comentarios anticoreanos y en contra de China, con una visión de la historia basada en lo dictaminado en los Juicios de Tokio.

Muchos ciudadanos de ideas radicales han encontrado en lo social media el lugar donde desplegar su doctrina, aunar adeptos y fomentar el racismo y xenofobia. En 2009 el Movimiento contra la Intolerancia ponía la voz de alarma en su *Cuadernos de Análisis* nº 40 publicado donde se refería a ciertas páginas alojadas en Facebook tales como “Mata a los negros”, “Odio a los gitanos”, “Contra la invasión inmigrante”, “Rudolf Hess vive”, etc.

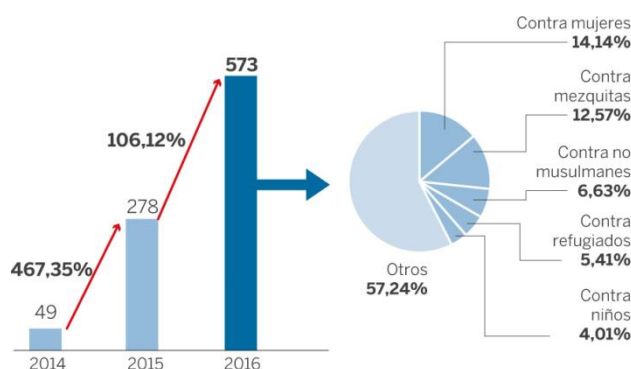
La propaganda del odio hacia grupos determinados de personas encuentra su máxima expresión en determinados momentos en los que este discurso adquiere un protagonismo mayor. Odio y miedo, los instintos más primarios del ser humano, son los ejes que articulan estas expresiones propagandísticas. El odio “implica la distancia emocional hacia el otro, quien es observado con repulsión y asco, incluso sin necesidad de que exista un contacto directo” (Moreno & López, 2014: 172). En los últimos años este discurso se ha alimentado tras diversos atentados de grupos terroristas islámicos. En el último año Europa ha sufrido los atentados de Londres, París, Berlín, Estocolmo, Niza o Barcelona, entre otros. Todo ello no ha hecho más que reforzar las ideologías racistas en quienes ya las tenían y aumentar su simpatía y aceptación por otra parte de la población como respuesta a la desazón provocada por los citados atentados.

Las redes sociales han podido ahondar el problema y exponer a un mayor número de personas a vivirlo y padecerlo. Está claro que, al tiempo que las diferentes legislaciones incluyen estos delitos y los tipifican, lo más complicado es localizarlos e identificar las autorías, pues muchas veces las cibervíctimas no se atreven a denunciarlo y otras tantas los cibercriminales saben manejarse con soltura en la red para permanecer inmunes.

5. ATENTADOS EN CATALUÑA: DE LA EXALTACIÓN DEL ODIO A LA CAMPAÑA #YOTEACOMPAÑO

Desde el 14 de julio de 2016 en Niza hasta el pasado 17 de agosto en Barcelona, Europa ha sufrido una serie de atentados terroristas reivindicados por colectivos radicales islamistas (DAESH). Todo ello ha colocado a la ciudadanía y a la comunidad internacional ante un escenario especialmente sensible para la exaltación del odio y del discurso racista. De hecho, según la Memoria de la Fiscalía (2016) los crímenes de odio cometidos en España haciendo uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han dado lugar a un incremento notable en el número de procedimientos incoados en 2016, al pasar de los 40 expedientes registrados en 2015 a los 99 en 2016, un incremento superior al 147%. En cuanto a los motivos de la discriminación son los fundamentales el racismo y la xenofobia, seguidos de orientación e identidad sexual y orientación política; aporofobia y discriminación por discapacidad.

Figura 1. Incidentes por islamofobia en España.

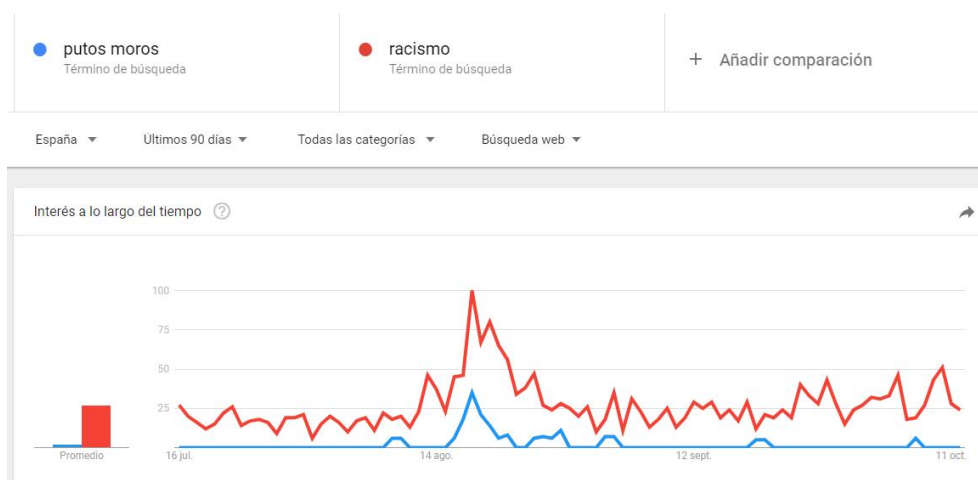


Fuente: Plataforma Ciudadana contra la Islamofobia.

Esta dinámica generalizada de un aumento de los radicalismos y extremismos en la red toma su máxima expresión cuando ocurre alguna tragedia provocada por otro tipo de radicalismo, como son los atentados en base a la religión. El pasado 17 de agosto Cataluña sufrió unos horribles atentados que acabaron con la vida de 16 personas y dejaron cientos de heridos. Como era de esperar, las redes sociales se hicieron eco de estos sucesos y medios de comunicación, políticos, diversas personalidades, usuarios anónimos o testigos directos retransmitían, comentaban, informaban o simplemente mostraban su dolor y apoyo, con mensajes de solidaridad y fraternidad ante la tragedia. Pero hay también quienes aprovechan estos momentos de debilidad y frustración para propagar su mensaje ideológico y político. Se trata de un oportunismo aprovechado por aquellas personas que saben que en esos momentos es más fácil expresar opiniones radicales y racistas, habiendo menos rechazo social e incluso creando una tendenciosa aceptación del discurso del enemigo. Coincidimos con Mauro Fuentes, director de Social@Ogilvy en España, en que “si eres un radical en el mundo real lo serás más en las redes sociales, donde intentarás influir en mucha gente” (citado en Bracero, 2017).

En la dinámica acción-reacción, la islamofobia se desató en las redes sociales que se llenaron de mensajes racistas, imágenes xenofobas e incitaciones al odio e, incluso, a la violencia directa. De Internet a la calle, donde mezquitas y locales musulmanes fueron atacados con pintadas y desperfectos. Acción-reacción y retroalimentación. Porque la islamofobia y el terrorismo se necesitan y se retroalimentan mutuamente.

Figura 2. Aumento de búsquedas racistas (palabras clave: “putos moros” y “racismo”) en Google durante los atentados.



Fuente: Google Trends.

El racismo en Internet adopta diversas formas y maneras. Mensajes de odio hacia los musulmanes inundaron las redes sociales, insultos y palabras de rechazo hacia una amplia comunidad que vio afectada su normalidad y convivencia. Pero más allá del agravio, una estrategia muy empleada para atacar a las minorías raciales e infundir miedo y temor es la propagación de todo tipo de bulos que, con el potencial viralizador de las redes sociales, alcanzan cotas extraordinarias de difusión ante un público nervioso que cree y comparte todo lo que lee. Mentiras en busca de retuits. Especialmente WhatsApp ha sido un caldo de cultivo de numerosos bulos. Algunos de ellos alertando de posibles ataques o peligros inexistentes, como por ejemplo: “acaban de poner a CNP (Cuerpo Nacional de Policía) en Alerta 5, atentado inminente (...)”; “Gente de Barcelona el día miércoles en la casa q (sic) sufrió daños por los terroristas se encontró mapas de la Maquinista y el Splau así q ojo 😊”; “Un coche se ha escapado del instituto Vila seca (sic) en Reus y se ha dado a la fuga, no salgáis de casa”; etc. Oros utilizan imágenes que, manipuladas o no, se relacionaban con hechos que no sucedieron, como la viral foto de camiones del ejército por la autovía insinuando que se dirigían a Barcelona (aunque la foto nada tenía que ver con lo ocurrido en Barcelona). Muchos usuarios de Internet también utilizaron las redes para burlarse descaradamente publicando fotografías de supuestos amigos o familiares que se hallaban desaparecidos tras los atentados pidiendo ayuda y colaboración para su localización, aunque todo era mentira. Además de búsqueda de falsas víctimas, también ha habido casos más peligrosos, como este mensaje pidiendo la difusión de la imagen de un falso terrorista.

Figura 3. Mensaje falso mostrando la foto de un supuesto terrorista.



Fuente: www.verne.elpais.com

La Policía, Guardia Civil y demás Cuerpos de Seguridad del Estado han procurado desmentir y prevenir a la ciudadanía sobre la proliferación de estas mentiras y falsas informaciones, advirtiendo de los riesgos de compartir estos contenidos generando aún mayor temor y crispación social y ocasionando dificultades en la labor policial.

Con todo ello, nos encontramos a una ciudadanía preocupada, sensible y vulnerable que asiste sobrecogida al desarrollo de unos lamentables atentados que desencadenan una oleada de racismo y xenofobia, fomentando un discurso del odio que se reproduce a través de Internet, redes sociales y servicios de mensajería instantánea. En esta encrucijada, hallamos a la comunidad musulmana que percibe ese creciente odio y que supone un riesgo añadido en su convivencia diaria. Es así como surge la iniciativa “#yoteacompañó” en Twitter. A los hashtags tales como #TodosSomosCataluña, #UnTaxistaMarroquí, #NoTenemosMiedo se le une este como una especie de

campana solidaria con fines variados pero siempre contrarios al racismo y a la asimilación de islam con el terrorismo. Mucha gente utilizaba este hashtag para ofrecerse a acompañar a musulmanes por la calle para que no se sientan con miedo, desplazados o recriminados; otros musulmanes se ofrecía así a acompañar a familias y amigos de las víctimas de los ataques, para dar consuelo; algunos musulmanes y no musulmanes intentaban tender la mano a los turistas que están descolocados, atacados fuera de su casa, su red y su rutina.

Y es que cuando hablamos de la comunidad musulmana en España nos estamos refiriendo a una importante porción de la población. El número de musulmanes que viven en España superó en el año 2016 los 1,9 millones, 31.235 más que en 2015, cuando alcanzaron los 1,8 millones, según se desprende del Estudio Demográfico de la Población Musulmana elaborado por la Unión de Comunidades Islámicas de España (UCIDE) y el Observatorio Andalusi. Los seguidores del Islam representan el 4% de la población total española y el 42% de estos musulmanes son españoles de pleno derecho.

6. CONCLUSIONES

En las sociedades actuales, donde la globalización y los flujos migratorios son una constante, caminamos hacia la diversidad y pluralidad étnica, racial, religiosa... No obstante, los procesos integradores (e incluso el mismo concepto de integración) y de convivencia y armonía social no son siempre fáciles, colocando a la ciudadanía ante nuevos retos para los que se precisa de una nueva formación cívica y alfabetización digital.

Y es que las Tecnologías de la Información y la Comunicación e Internet son instrumentos determinantes en las dinámicas sociales. Como siempre, todo lo bueno y lo malo de la sociedad también está en la red. Por eso, encontramos grandes ventajas y admirables acciones en pro del bienestar social y la paz ciudadana. Pero la facilidad, viralidad y aparente anonimato de la web también propicia el despliegue de mensajes racistas, xenófobos que únicamente cultivan la cultura del odio y la diferencia.

En los últimos años en toda Europa, y fuera de nuestras fronteras, estamos asistiendo a un notable aumento de los radicalismos y extremismos ideológicos. Internet son, para ellos, la principal herramienta propagandística para su reafirmación y difusión. Más aun cuando grupos terroristas islámicos como el DAES llevan a cabo horribles atentados que abren la veda a todo este discurso del odio y la xenofobia. Recordemos, terrorismo y racismo se necesitan y se retroalimentan mutuamente.

El ciberodio y el racismo en Internet adoptan diversas estrategias. Así lo vimos en los mensajes de Twitter y de WhatsApp tras los atentados de Cataluña. Por un lado, la propagación de insultos directos a la comunidad musulmana alentando al animadversión y la violencia verbal e incluso física y, por otro, la generación y viralización de bulos y mentiras que falsean la realidad generando mayor temor y caos.

En la otra cara de la moneda, proliferan los mensajes en Twitter con el hashtag "#yoteacompañó". Una campaña contra la islamofobia y a favor de la convivencia, con la que los tuiteros mostraban su solidaridad y apoyo hacia las comunidades musulmanas.

7. REFERENCIAS

Bracero, F. (2017, 22 agosto). Odio y sectarismo político aparecen en las redes sociales sin control. En *La Vanguardia*. Recuperado de <http://www.lavanguardia.com/vida/20170822/43732576696/reacciones-atentado-barcelona-redes-sociales.html>

Cerezo Galán, P. (2009). Pluralismo y comunicación intercultural. En García Casanova, J. F. *Encuentro y Alianza de Civilizaciones. 12 miradas*. Granada: EUG, Granada, 63-83.

Chambers, I. (1995). *Migración, cultura, identidad*. Buenos Aires: Amorroutu Ediciones.

Fiscalía General del Estado (2016). *Memoria de la Fiscalía*. Recuperado de <https://www.fiscal.es/memorias/memoria2016/Inicio.html>

Jiménez Hernández, A. S. (2012). Análisis del fenómeno de la inmigración. En Pantoja Vallejo, A. *La interculturalidad en un Mundo Digital en Red*. Madrid: EOS, 45-64.

Moreno, A. C. & López, M. A. (2014). Propaganda del odio. En revista *Historia y Comunicación Social*, 19, 171-192.

Nicolás, M. (2011, 27 diciembre). La web como oportunidad para las minorías. En *Marketing Directo*. Recuperado de <https://www.marketingdirecto.com/punto-de-vista/la-columna/la-web-como-oportunidad-para-las-minorias-4>

Ribas Mateos, N. (2004). *Una invitación a la sociología de las migraciones*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

Tironi, E. (1995). *E. Durkheim o la Sociología de la Integración Social*. Santiago de Chile: Ediciones Sur.