



BOLETÍN DE MONITORIZACIÓN DEL DISCURSO DE ODIO EN REDES SOCIALES

2022
1 JULIO
31 AGOSTO

El Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE) colabora desde 2017 con la Comisión Europea en los ejercicios de monitorización que se realizan en cumplimiento del Código de Conducta para la lucha contra la incitación ilegal al odio en Internet, que fue firmado con las empresas prestadoras de servicios de alojamiento de datos con mayor presencia en la Unión Europea.



Desde mayo de 2020, el OBERAXE monitoriza a diario el discurso de odio en España en cinco redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram y TikTok) y notifica aquellos contenidos considerados de odio o que pueden ser constitutivos de delito.

En el periodo comprendido entre el 1 de julio y el 31 de agosto de 2022, las plataformas han retirado el 30% de los contenidos de discurso de odio notificados. En este periodo han predominado los contenidos de discurso de odio que incitan a la xenofobia contra personas originarias del norte de África y a la islamofobia.



CONTENIDOS ANALIZADOS

Más de 400 contenidos de discurso de odio notificados

El número total de contenidos de discurso de odio notificados es de 429. En la Figura 1 se observa cierto predominio de Instagram con 130 casos notificados. El desigual volumen de contenidos obedece al distinto grado de dificultad para su identificación entre redes sociales, sin que signifique que Instagram sea más permeable al discurso de odio que las demás.

Las redes sociales retiran casi un tercio de los contenidos de discurso de odio

Las plataformas en su conjunto han retirado 131 contenidos, el 30%. Este porcentaje supone cierta involución respecto a los periodos anteriores, que puede estar causada por la disminución de la actividad de retirada durante el periodo estival y por la adaptación a los cambios implementados por las plataformas en los últimos meses.

Las plataformas eliminan menos contenidos notificados como *trusted flagger**

Se han retirado 69 publicaciones tras ser comunicadas como usuario normal, lo que supone un 16% del total (429).

A su vez, mediante la vía *trusted flagger*, empleada este bimestre en 360 ocasiones, las plataformas han retirado 62 publicaciones más, lo que supone un 14% adicional.

Instagram es la red social con mayor sensibilidad al discurso de odio

Al analizar los contenidos retirados por cada plataforma en proporción al distinto volumen de comunicaciones realizadas (Figura 2), Instagram es la red social con mayor tasa de retirada de casos (52%). Le sigue Facebook, con un 32%. Por su parte, YouTube (14%) y Twitter (16%) son las redes sociales que menos contenidos de discurso de odio racista y/o xenófobo han retirado en el periodo estival.

*Conforme a la RECOMENDACIÓN (UE) 2018/334 DE LA COMISIÓN de 1 de marzo de 2018 sobre medidas para combatir eficazmente los contenidos ilícitos en línea se entiende como "comunicante fiable" (*trusted flagger*): aquella persona física o jurídica que un prestador de servicios de alojamiento de datos considere que posee competencias y responsabilidades particulares a efectos de la lucha contra los contenidos ilícitos en línea.

FIGURA 1.
CONTENIDOS COMUNICADOS

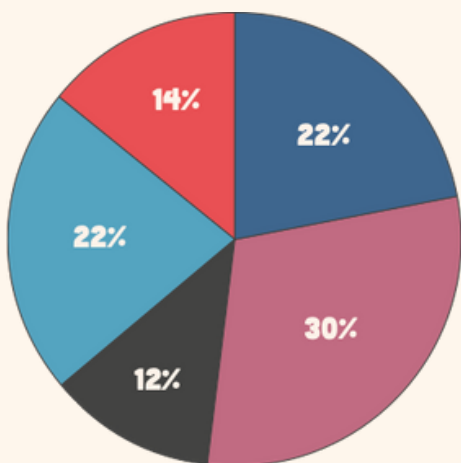
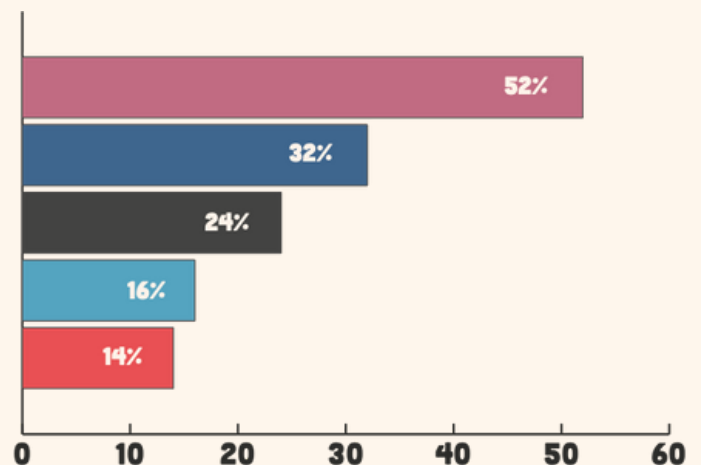


FIGURA 2.
CONTENIDOS RETIRADOS



EVOLUCIÓN EN LA RETIRADA DE CONTENIDOS

El plazo de retirada difiere entre las cinco plataformas

La Figura 3 representa los plazos en los que las plataformas retiran su contenido*: 24 horas, 48 horas o una semana. Asimismo, incorpora el número de contenidos retirados tras la comunicación como *trusted flagger*. La eficiencia en la retirada de contenidos difiere entre las cinco plataformas, sin que se observe un patrón común.

TikTok es la plataforma más ágil en la retirada

La plataforma TikTok retira el 75% de los contenidos notificados como usuario normal en las primeras 48 horas. El resto de las notificaciones (25%) las retira pasada una semana por la vía *trusted flagger*.

YouTube lidera la retirada de contenidos tras la notificación como usuario normal

YouTube retira el 25% de sus contenidos en las primeras 24 horas, liderando la retirada en este periodo. En porcentaje acumulado, YouTube retira el 88% de sus contenidos como usuario normal y se convierte en la plataforma más eficaz aplicando esta vía.

Facebook es la red social que más notificaciones como *trusted flagger* resuelve

Facebook retiró vía comunicante fiable el 70% de sus contenidos, más del doble de los contenidos que retiró tras la notificación como usuario normal (30%). Es la red social que más tarda en retirar sus contenidos.

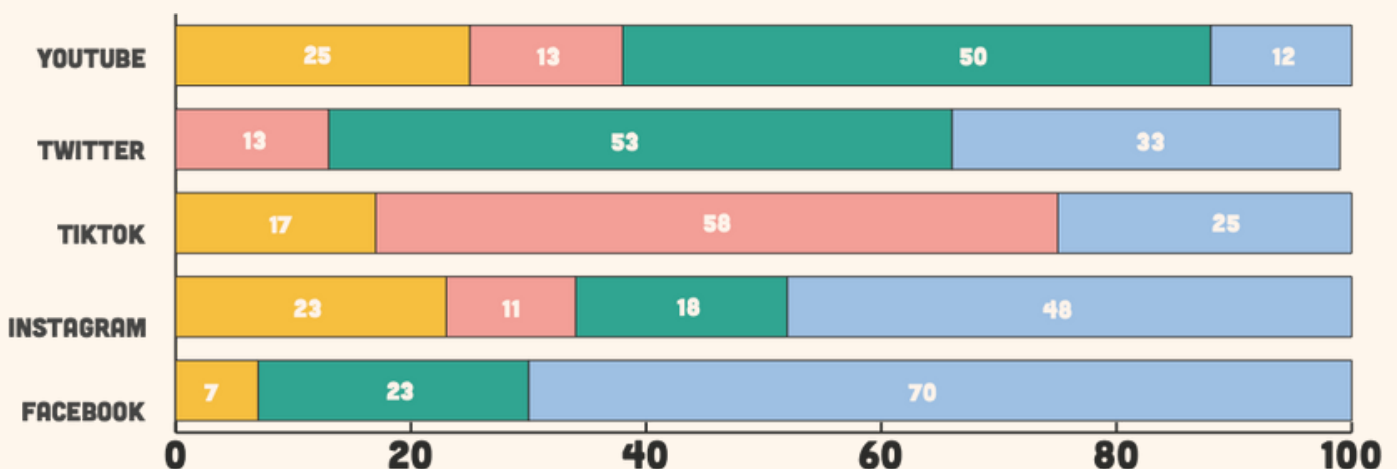
Instagram retiró un 48% de sus contenidos como *trusted flagger*. Es la segunda plataforma que más utiliza este procedimiento.

Twitter considera el grueso de las notificaciones de discurso de odio transcurrida una semana

Twitter comienza a retirar contenidos notificados tras las primeras 48 horas (13%). El mayor porcentaje de retirada (53%) se produce transcurrida una semana desde la notificación del caso. Ha reducido su actividad de retirada como *trusted flagger* a la mitad respecto al periodo mayo-junio de 2022, pasando del 67% al 33%.

*Si al cabo de una semana no se ha realizado la retirada por parte de la plataforma del contenido notificado como usuario normal, se procede a utilizar la vía de comunicación cualificada o *trusted flagger*.

FIGURA 3.
% TIEMPO DE RETIRADA DE CADA PLATAFORMA



● 24 HORAS ● 48 HORAS ● SEMANA O MÁS ● TRUSTED FLAGGER

CONTENIDO DE DISCURSO DE ODIO

Los contenidos notificados incitaban a la violencia deshumanizando o degradando a las personas

Las expresiones predominantes de incitación a la violencia han sido la deshumanización o degradación grave de las personas victimizadas (59%) y la incitación a la expulsión del colectivo del territorio español (33%).

Predomina el discurso de odio contra personas originarias del norte de África

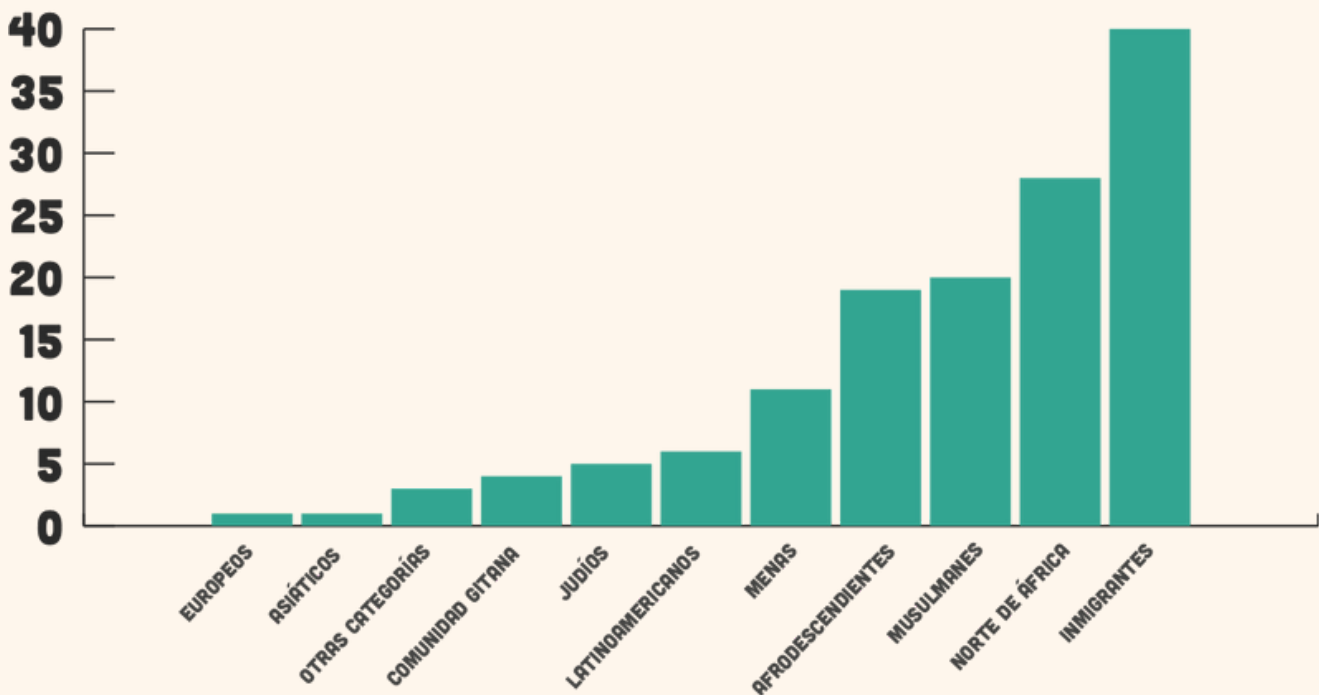
El discurso de odio es muy sensible a corto plazo a incidentes de diversa índole, aun sin ser enteramente dependiente de ellos. En este sentido, el 45% de los contenidos analizados están relacionados con episodios de inseguridad ciudadana.

Resurgen los contenidos que incitan a la xenofobia contra personas originarias del norte de África (28%) y a la islamofobia (20%). El discurso de odio contra los afrodescendientes (19%) y contra los menores extranjeros no acompañados (11%) sigue formando parte de los contenidos notificados. El efecto de sucesos trágicos produce cierto repunte del antigitanismo, cuyos casos se sitúan en el 4%.

El OBERAXE implementa una nueva herramienta en la monitorización

El 1 de julio de 2022, el OBERAXE introdujo una aplicación web propia para mejorar la recogida de datos. Esto ha supuesto un avance que, aunque afecta a la presentación de la serie histórica de datos sobre los motivos de discriminación, implica una importante mejora metodológica.

FIGURA 4.
% COLECTIVOS VICTIMIZADOS EN EL DISCURSO DE ODIO



Edita y distribuye: Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia.

NIPO: 121-22-039-0



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES

DIRECCIÓN GENERAL DE ATENCIÓN HUMANITARIA E INCLUSIÓN SOCIAL DE LA INMIGRACIÓN



Cofinanciado por la Unión Europea