

“Nos damos cuenta de que el discurso online es, en última instancia, terreno fértil para los delitos fuera del ambiente online. Es un efecto de la esfera pública mediática”.

*Entrevista a Carlos Arcila Calderón por
Aline Cristina Camargo*

Carlos Arcila Calderón es profesor del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca (España). Es miembro del Observatorio de Contenidos Audiovisuales (OCA) y editor del Anuario Electrónico de Estudios de Comunicación Social, “Disertaciones”.

Su investigación, ampliamente publicada y debatida internacionalmente, aborda cuestiones urgentes que afectan tanto al ámbito académico como a la práctica profesional del periodismo y las ciencias de la comunicación.

En esta entrevista, el investigador comparte reflexiones sobre los principales retos de la comunicación en el escenario actual, así como perspectivas sobre el futuro del periodismo y la investigación científica en este campo. La conversación busca profundizar conceptos, problematizar prácticas y ofrecer perspectivas para considerar posibles caminos ante las transformaciones tecnológicas, sociales y políticas que configuran la esfera pública contemporánea, especialmente en lo que respecta al discurso del odio.



Foto: archivo personal.

Profesor, para comenzar esta entrevista podría decir cómo surgió su interés por el estudio de discurso de odio y cómo ha llegado para un lugar central en su carrera como investigador?

Yo primero empecé con análisis de medios y me fui desplazando al análisis de redes sociales por la importancia que estaban teniendo las redes sociales en su momento, estamos hablando ya del año 2005 en que las redes sociales empezaban a ser bastante populares, entonces con la llegada de los métodos automatizados me estuve vinculado con el análisis de sentimientos que es una técnica automatizada y precisamente estudiando los sentimientos y las tonalidades del lenguaje me di cuenta que había mensajes que se pasaban de tono digamos que eran más agresivos, más negativos y que ya no sólo tenían lenguaje negativo sino que agredían a los otros, eso coincidió con un

aumento también de los discursos de odio en las redes sociales y sobre todo el aumento de la polarización en la sociedad y se volvió un tema cada vez más de moda, tuve suerte de entrar un poco antes tanto teórica como metodológicamente pero se volvió central básicamente porque todos los indicadores que tenía de las redes sociales apuntaban a que la sociedad está más polarizada y por lo tanto la gente estaba expresando más aquellas actitudes negativas en forma de odio a través de redes sociales pues también vinculándose a veces con el propio anonimato, entonces finalmente esto coincidió con estudios que comencé de opinión pública sobre el racismo, homofobia, etcétera, que intentamos mirar a través de encuestas y que veíamos que era muy difícil hallar este tipo de confesiones a través de encuestas y precisamente eso sirvió para, las técnicas que yo estaba estudiando sirvieron para intentar hallar esas actitudes plasmadas en mensajes y la mejor forma de hallar esas actitudes era a través precisamente de los mensajes de odio, **entonces el propio análisis de la opinión pública también me llevó a buscar técnicas y datos alternativos para medir estas actitudes y la mejor fue los discursos de odio.**

Conceptualmente el discurso de odio sigue siendo objeto de controversia especialmente cuando se trata de libertad de expresión, ¿cómo se define el término de su investigación y qué

criterios considera fundamentales para distinguir entre opinión, crítica legítima y expresión de odio?

Bueno, el concepto de discurso de odio es diverso en función de quién lo defina, hay conceptos teóricos de la propia sociología, de la psicología, pero también hay conceptos legales y luego hay conceptos por supuesto que se están usando en la calle, conceptos más populares, dependiendo de dónde nos situemos pues lo conceptualizaremos de manera distinta. Del punto de vista legal el discurso de odio para que sea por ejemplo un delito tiene unas reglas o unas condiciones bastante específicas que son muy diferentes a las que nosotros usamos en nuestros estudios que son pues condiciones más específicas, menos específicas condiciones más laxas que hacen que gran parte de los mensajes, aun cuando no sea tan evidente, tan agresivo el mensaje, nosotros también lo consideramos discurso de odio. En cualquier caso nosotros normalmente **conceptualizamos los discursos de odio como un mensaje que atenta contra la integridad física, psicológica y moral de colectivos especialmente vulnerables o estigmatizados.** Es decir, cuando por ejemplo se habla de discurso de odio hacia hombres blancos heterosexuales, muchas veces tenemos cuidado porque no suelen ser colectivos ni estigmatizados ni vulnerables. No quiere

decir que no pueda constituirse un discurso de odio hacia esos colectivos, quiere decir que el discurso de odio menosprecia, socava la moral de un colectivo que especialmente tiene una vulnerabilidad o que especialmente ha sido estigmatizado históricamente o contextualmente.

Trabaja con categorías como el rechazo, estigma, hostilidad, en qué medida difieren estas categorías porque es importante separarlas metodológicamente?

Bueno, el rechazo, el estigma y la hostilidad son categorías que están altamente relacionadas pero que efectivamente son conceptos distintos. El rechazo por ejemplo tiene que ver con la voluntad humana de querer estar con quien yo quiere y con quien no y que me guste quien yo quiere y quien yo no. Entonces yo puedo rechazar a gente que le gusten los toros porque yo no comparto eso y por lo tanto un rechazo. Eso digamos que es un principio humano, yo no estoy obligado a aceptar los pensamientos de todo el mundo y a vincularme con todo el mundo. El problema del rechazo precisamente viene después cuando ese rechazo se basa en estigmas y produce hostilidad que son los dos conceptos que se mencionan en la pregunta. Si el rechazo viene por una construcción relativamente personal,

cultural, que no se basa en estereotipos o en ideas infundadas, pues bueno, se puede trabajar sobre ese rechazo para la convivencia pero no es particularmente dañino u ofensivo.

Mientras que el estigma sí, porque el estigma se basa en ideas poco fiables, en estereotipos, en prejuicios y por lo tanto en la creación de una marca lesiva para un colectivo. Que algunos de ese colectivo pueden tener las características negativas pero no es realmente el resto del colectivo y por lo tanto pues el resto del colectivo sufre. Y esto todavía es peor cuando viene la hostilidad, cuando viene la agresión verbal, cuando viene la agresión física y en los entornos digitales, pues bueno, sobre todo es agresión verbal pero también se puede llamar a agresión física en el entorno offline y esa agresión pues produce desde frustración, depresión hasta el suicidio.

Entonces en esa línea el rechazo puede llevar el estigma, el estigma a la hostilidad psíquica o física y por eso los distinguimos pero si es verdad que cuando analizamos los mensajes se va mezclando porque en un mensaje de odio vamos a encontrar rechazo, vamos a encontrar muchas veces estigma y vamos a encontrar también muchas veces hostilidad. Entonces lo distinguimos conceptualmente pero en la práctica los tres están muy relacionados cuando

hablamos de mensaje de odio porque suelen aparecer como elementos constitutivos del odio.

El entorno digital ha intensificado la circulación de discursos extremistas ampliando su alcance y velocidad en su opinión. ¿Qué características de las plataformas contemporáneas contribuyen más al aumento del discurso de odio?

Hay varias características, pero una es la sensación de anonimato que tienen las personas, de impunidad y anonimato, que no es así necesariamente pero bueno suele pasar. Otra es la viralización de estas plataformas, cómo las plataformas pues pueden hacer que los mensajes lleguen más rápido y cómo esa viralización se produce además gracias a determinados algoritmos que potencian unos tipos de mensajes que pueden tener más impacto, es decir algoritmos que exponen mensajes a otros que saben que quieren escuchar ese mensaje y por lo tanto el mensaje se propaga de manera más rápida. Y luego además digamos finalmente estas plataformas o muchas de estas plataformas tienen mecanismos de moderación algunas veces opacos, digamos mecanismos que no siguen criterios necesariamente legales, mecanismos que van y vienen, o sea que a veces son más duros, a veces más flexibles, mecanismos que no funcionan digamos

bastante bien y eso hace que se contribuya con el aumento del discurso de odio.

Varios estudios indican que los contextos políticos mediáticos electorales encadenan picos de hostilidad en línea, ¿cómo influye el contexto mediático en la visibilidad intensidad del discurso?

Vale, efectivamente casi todos los estudios que yo he hecho al final apuntan a que **los picos de discurso de odio están relacionados con eventos que suceden fundamentalmente en la esfera mediática**, es decir, eventos de alto perfil mediático. No es que exista más odio o menos odio durante esos eventos, sino que desencadenan precisamente la expresión de odio. Eso quiere decir que aunque la gente lo piense, pues muchas veces si no hay ningún tema del que hablar, pues la gente no expresa necesariamente estos mensajes.

Pero cuando por ejemplo en España, cuando llegó el barco Aquarius, que era un barco con migrantes y solicitantes de refugio, que recibió el gobierno español cuando fue rechazado por el gobierno italiano, nosotros hicimos estudios sobre qué pasaba en las redes sociales y nos dimos cuenta que la llegada precisamente de ese barco incrementó el número de mensajes de odio en redes sociales y por lo tanto incrementó el racismo y la xenofobia en línea. Y así con muchos otros eventos políticos, como el

Brexit en el Reino Unido también hizo que se incrementaran estos mensajes durante el referéndum. Con lo cual, sí, están relacionados. No quiere decir que produzcan los discursos de odio, pero sí quiere decir que son detonantes para que la gente exprese más esas opiniones y por lo tanto se propague más rápido.

Utiliza enfoques que integran análisis automático, técnicas de pensamiento automático, procedimientos cualitativos. ¿Cuáles son las limitaciones potenciales de estas metodologías para investigar el discurso de odio?

La potencialidad de las técnicas computacionales de estudio de discurso de odio viene fundamentalmente dada por la capacidad que tienen para atrapar y analizar grandes cantidades de datos que de otra manera sería imposible. Y como este fenómeno precisamente se basa en la viralización de muchos datos y en la producción de muchos datos por muchos agentes sociales, podríamos decir que sin estas técnicas sería bastante complicado, si no imposible, realmente monitorizar o conocer lo que está pasando en las redes sociales. No hay una técnica ni cualitativa ni cuantitativa tradicional que permita rastrear con cierta efectividad y rapidez los mensajes de odio.

Así que las técnicas computacionales son fundamentales para poder hacerlo, para poder rastrear. Lo que

pasa es que tienen limitaciones. Tienen limitaciones en la exactitud, en la precisión, en la calidad y fiabilidad de los análisis.

Y por otro lado, la combinación efectivamente con otras técnicas, tanto cualitativas como cuantitativas, permiten que se pueda abordar el problema de manera mejor. Por ejemplo, técnicas de análisis de contenido tradicionales para hacer y construir buenos corpus de entrenamiento, técnicas cualitativas para poder interpretar y entender en profundidad cómo y por qué se producen los mensajes, las características de esos mensajes, de los perfiles de los odiadores.

El campo de estudios de discurso de odio, precisamente, permite que se incorporen diferentes técnicas para abordar diferentes problemas o aspectos del análisis de discurso de odio.

Su investigación sobre el discurso relacionado con la migración muestra patrones recurrentes, en su opinión, ¿qué factores sociales o mediáticos impulsan el discurso anti-inmigrante?

Hay diferentes factores que lo impulsan, algunos son simplemente psicológicos, son propios de la naturaleza del ser humano, relacionados con la homofilia y la creencia de estar con la gente que se parece a uno y no con la gente que no se parece a uno, pero también factores culturales, hay culturas más abiertas, más

cerradas, que promocionan pues este tipo de discursos, pues las más abiertas tenderán a tener menos discurso y las más cerradas pues así, pero también hay factores contextuales, económicos, mediáticos, como por ejemplo el acceso al mercado laboral, cuando hay un mercado laboral muy digamos muy pobre o con pocos recursos y vienen por ejemplo los migrantes y hay disputa por los recursos, eso hace que el discurso anti-inmigrante se dispare también y desde el punto de vista mediático pues finalmente pues también porque los medios como ya sabemos pues muestran partes de la realidad que aunque estén ahí muchas veces la gente no las toman cuenta, entonces depende de lo que los medios destaquen, por ejemplo si destacan el papel negativo de algunos inmigrantes en la sociedad pues eso va a disparar el discurso anti-inmigrante o sí, pero si hacen lo contrario no va a pasar, si los medios por ejemplo mostraran la cantidad de médicos inmigrantes que en otros países están ayudando a salvar vidas, bueno eso obviamente reduciría el discurso de odio, en cualquier caso esos factores son un conjunto interrelacionado de elementos que hacen que el discurso se dispare, obviamente hay unos que son más evidentes por decir algo, el discurso de un agente político por ejemplo en EEUU el discurso de Donald Trump es particular, es evidente, es de una sola persona y por

lo tanto es fácil de monitorizar y de atrapar y de entender cómo ese discurso pues promociona la xenofobia y el racismo pero luego hay otros que son menos claros como los de los medios que son más pequeños y más son un conjunto que va cultivando ese odio a lo largo del tiempo.

¿Qué evidencia o tendencia apuntan a esta transición en el mundo digital entre el digital y lo físico?

Bueno, este es uno de los estudios en que más atención he prestado en los últimos años que es **como el discurso en línea al final es un precursor o el caldo de cultivo para que se produzcan los delitos fuera de línea, los delitos en el mundo físico.**

Hay muchas evidencias, no son evidencias de causalidad, son evidencias simplemente de ocurrencia temporal, es decir que lo que hemos encontrado, las evidencias empíricas que tenemos es que cuando hay, se producen ciertos picos de discurso de odio en medios sociales, en internet, eso está precediendo temporalmente a también aumentos de agresiones físicas hacia estos colectivos estigmatizados, víctimas de los discursos de odio. Eso no quiere decir que son las mismas personas las que cometen el discurso de odio y luego van y agreden físicamente, ni mucho menos, sino quiere decir que el discurso de odio en línea genera, un caldo cultivo genera un

ambiente caldeado, un ambiente de polarización, un ambiente propicio para que otras personas decidan agredir. Se ha visto en EEUU, se ha visto en Alemania, se ha visto en España con los estudios que yo he llevado a cabo y las evidencias son esas, simplemente una evidencia de que el discurso de odio en línea precede a los delitos de odio fuera de línea y que eso, por lo tanto, genera una correlación temporal que permite que podamos anticiparnos a los aumentos de los delitos en el mundo físico.

En los debates actuales sobre regulación de plataformas a menudo surge el dilema de moderar y preservar la libertad, ¿qué políticas, prácticas o modelos regulatorios consideran más prometedores para abordar el discurso de odio sin comprometer la democracia?

Efectivamente, aquí hay dos derechos encontrados, el derecho a la libertad de opinión, de expresión y por otro lado el derecho de la gente a la dignidad, al honor, a no ser agredido o menospreciado públicamente. Es muy difícil llegar a un acuerdo, depende mucho de los marcos regulatorios, incluso de las constituciones de los países porque son derechos fundamentales los que están en juego. No es lo mismo EEUU que Europa, en ese sentido, pero luego sí que es verdad que desde el punto de vista de la regulación de

las plataformas hay prácticas y modelos regulatorios que pueden servir de guía.

Por un lado están los modelos autoregulatorios, es decir, que son las propias redes sociales las que a través de compromisos globales o compromisos nacionales tienen sus propios mecanismos de detección y regulación de este discurso que suelen funcionar bastante. A veces no lo reconocemos porque nos da rabia encontrar tantísimo discurso de odio en redes sociales, pero es verdad que muchas redes sociales han hecho ya un trabajo filtrado muy grande, es decir, lo que vemos de discurso de odio en las redes sociales está muy filtrado. Gran parte de las cosas ya se han quitado de las redes sociales, entonces es verdad que las empresas han tenido algunas prácticas en general que han permitido que esto se regule. Lo que pasa es que eso es insuficiente y no podemos poner en mano a las empresas ni delegar en las empresas esta responsabilidad porque no son expertas necesariamente en esto, entonces tiene que haber otros mecanismos que tienen que ver por un lado con la denuncia y con los mecanismos estatales y legales para que la gente pueda denunciar y pueda procederse a la eliminación rápida de estos mensajes. Y por otro lado de la alfabetización, de la alfabetización para que la gente viendo estos mensajes no les afecten tanto y además no los comparta,

porque uno de los problemas que hay es que a veces no sabemos que un mensaje que tiene odio implícito está precisamente o puede dañar a otras personas y nos parece hasta gracioso, nos parece que no es dañino necesariamente y lo compartimos, no los creemos, lo compartimos y por lo tanto contribuimos todos los ciudadanos a la propagación de estos mensajes, entonces pues la alfabetización juega un papel fundamental.

¿Qué orientación podría ofrecer a los jóvenes investigadores en comunicación que quieran dedicarse al tema en el contexto latinoamericano?

Las sugerencias son tener primero sensibilidad en el tema, es decir, este tema requiere de mucha implicación en temas en el campo social, porque hay que saber y conocer bien cuáles son los problemas sociales, porque como decía, no es lo mismo el odio hacia una mujer refugiada trans, que la interseccionalidad hace que por ser transexual, por ser mujer, por ser refugiada, migrante, pues el odio realmente sea un problema, que el odio político hacia algunas fracciones políticas donde efectivamente el odio es malo y existe, pero muchas veces es parte de lo que se expone a los políticos, porque han querido estar allí, en esa discusión, entonces si bien ambos podrían pasar o ser discurso de odio, pues las consecuencias

de uno con respecto al otro son totalmente diferentes y por lo tanto los estudios de discurso de odio tienen que ver mucho con eso, con esa naturaleza social, pero por otro lado el consejo que doy, ya más académico, es formarse bien teóricamente, no sólo para poder definir discurso de odio, sino para poder entender cómo se propaga y cuáles son los efectos de ese discurso y, para ello, se necesita mucha metodología y conocimiento metodológico, no es un campo en el que

se pueda abordar con una encuesta o con un análisis de contenido o con una entrevista, sino que requiere además de métodos computacionales en formación avanzada, en experimentación, en métodos cualitativos bien hechos, en análisis estadístico complejo, es decir, que no es un tema que se pueda o deba abordar de manera sencilla desde el punto de vista metodológico, sino que hay que conocer una variedad de técnicas para poder abordarlo.