

CONTRÓLATE EN LAS REDES!

#BCN vs ODI



ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi

Ajuntament de
Barcelona



CONTRÓLATE EN LAS REDES!

2 y 3 de marzo del 2017, en el CCCB
Lo que hacemos en las redes trae cola

#BCN vs ODI



Contenido

1.	EL PROBLEMA DEL DISCURSO DEL ODIO EN LAS REDES SOCIALES	1
1.1.	¿Qué se entiende por discurso de odio?	1
1.2.	Las particularidades del discurso del odio online.....	2
1.3.	Las consecuencias del discurso del odio	2
1.4.	¿Quiénes son los autores del discurso del odio?	2
2.	LA RESTRICCIÓN DEL DISCURSO DEL ODIO	3
2.1.	El dilema entre la libertad de expresión y la represión del discurso del odio....	3
2.2.	Las particularidades jurídicas del odio en Internet y las redes sociales	4
2.3.	Legislación española.....	5
3.	EL ROL DE LAS REDES SOCIALES COMO INTERMEDIARIAS	6
3.1.	Atribución de responsabilidad	6
3.2.	Auto-regulación e implementación de filtros informáticos	6
3.3.	El Código de Conducta con la Unión Europea.....	7
4.	LAS ESTRATEGIAS NO JURÍDICAS PARA COMBATIR EL DISCURSO DEL ODIO EN LAS REDES SOCIALES	7
4.1.	Las estrategias de monitoreo e investigación	7
4.2.	Las estrategias de presión a las redes sociales	8
4.3.	Las estrategias orientadas a cambiar percepciones y actitudes.....	8
4.3.1.	<i>Las campañas contra el discurso del odio en Internet</i>	<i>8</i>
4.3.2.	<i>Las estrategias contra el discurso del odio en Internet basadas en la educación y la formación</i>	<i>9</i>
	BIBLIOGRAFÍA.....	10

1. EL PROBLEMA DEL DISCURSO DEL ODI EN LAS REDES SOCIALES

Existe una sensación generalizada de que el discurso extremo tiene una presencia desmedida en las redes sociales. El machismo, la homofobia, la xenofobia, la islamofobia, el antigitanismo, el antisemitismo y otras formas de intolerancia aprovechan Internet y las redes sociales para el insulto, la humillación, el acoso, o la amenaza y la incitación a la violencia.

En una Europa en crisis económica y de identidad, las manifestaciones de odio, ira y agresividad se han convertido en moneda común en Internet. A raíz de la crisis de los refugiados, y especialmente, en los días posteriores a los atentados de París, Bruselas, o Niza, se han producido importantes picos de odio en las redes sociales.

Las instituciones internacionales y europeas no son ajenas a este problema. El problema del discurso del odio en Internet, y en las redes sociales, en particular, es un asunto que ha adquirido tal dimensión que actualmente se encuentra sobre la mesa de la mayoría de organismos europeos e internacionales.

Según estudios del *think tank* Demos, en Twitter, hay aproximadamente unos 10.000 tuits por día con insultos racistas en lengua inglesa, y cada diez segundos, alguien insulta a una mujer con las palabras “puta” o “zorra”. No cabe duda de que las redes sociales se han convertido en un espacio de impunidad para la ira y el odio.

En España, el problema no es menor. A nivel colectivo, los mensajes que insultan y denigran a mujeres, gitanos, musulmanes, judíos, homosexuales, transexuales, etc. son preocupantemente habituales. El presidente de SOS Racismo Madrid, Moha Gerehou, el alcalde de Terrassa, Jordi Ballart, la diputada de la Asamblea de Madrid, Carla Antonelli, o el árbitro de fútbol infantil, Jesús Tomillero han sido durante 2016 algunos de los casos de acoso y amenazas individuales por motivos de odio racista u homófobo, que han llegado a los medios de comunicación, y que no son más que la punta del iceberg de una situación que se ha convertido en habitual en las redes sociales.

1.1. ¿Qué se entiende por discurso de odio?

Aunque existe cierto consenso sobre la extensión del problema, el concepto de discurso del odio sigue siendo discutido y es objeto de debate a nivel internacional. Es un concepto complejo, porque pone en juego principios fundamentales para las democracias como la igualdad, la dignidad humana, y la libertad de expresión, y por tanto, puede ser utilizado con objetivos más o menos legítimos.

El término ‘discurso del odio’ se utiliza para referirse a las expresiones que incitan a la discriminación o la violencia por motivos de odio racial, xenófobo, orientación sexual, u otras formas de intolerancia, pero también para referirse, en términos más amplios, a aquellas expresiones que fomentan la hostilidad a través de prejuicios o intolerancia. En los medios de comunicación, se ha generalizado el uso del concepto para referirse a un conglomerado de expresiones que incluye manifestaciones tan diversas como el

acoso a famosos, las amenazas a individuos o colectivos por intolerancia, el discurso ofensivo contra el poder, la apología del terrorismo, o la blasfemia religiosa, que requieren enfoques y soluciones diferentes.

Por ello, en este informe, el concepto de discurso del odio se utiliza para referirse las expresiones que, en un sentido amplio, fomentan e incitan a la violencia, la discriminación o la hostilidad contra individuos o colectivos por motivos racistas, xenófobos, religiosos, de género, orientación sexual, discapacidad y otras formas de intolerancia.

1.2. Las particularidades del discurso del odio online

Internet y las redes sociales añaden al fenómeno del discurso del odio una serie de características que, o bien contribuyen a generar sensación de impunidad, o bien lo convierten en un fenómeno descontrolado y más dañino:

- La comunicación es masiva y descentralizada.
- Las redes tienen un enorme potencial multiplicador.
- Los contenidos permanecen indefinidamente si no son borrados.
- Los contenidos pueden saltar de una plataforma otra.
- El uso de pseudónimos y el anonimato están muy extendidos.
- Son un medio de comunicación “sin fronteras”.
- La sensación de “virtualidad” desinhibe.

1.3. Las consecuencias del discurso del odio

Además de convertir las redes sociales en un espacio de comunicación incivilizado, el discurso del odio tiene consecuencias dañinas en el mundo *offline*:

- Daño emocional o psicológico a las víctimas de amenazas o acoso, por motivos de odio e intolerancia.
- Erosión de la dignidad y la reputación de individuos y colectivos.
- Perpetuación de estereotipos discriminatorios, deshumanización y estigmatización de colectivos.
- Reducción de empatía hacia los colectivos deshumanizados,
- Genera el caldo de cultivo propicio para que se produzcan delitos de odio y actos discriminatorios.

1.4. ¿Quiénes son los autores del discurso del odio?

Gran parte del discurso del odio en las redes sociales procede de individuos directa o indirectamente vinculados con colectivos fascistas como Hogar Social Madrid,

Plataforma per Catalunya, Falange Española de las JONS, España 2000, Alianza Nacional, o grupos ultras simpatizantes de equipos de fútbol.

Sin embargo, el fenómeno del discurso del odio no es exclusivo de estos grupos de ultraderecha. En la jerga de Internet es habitual el uso de los términos *haters* o *trols*, para referirse a individuos que atacan obsesivamente a determinados colectivos, o que se dedican a provocar a otros usuarios mediante insultos y agresividad. Estos perfiles son responsables de buena parte del discurso del odio en las redes. Pero para dimensionar correctamente el problema y diseñar estrategias adecuadas para combatirlo, se ha de tener en cuenta que estos fenómenos propios de la cultura de Internet no son en absoluto homogéneos.

2. LA RESTRICCIÓN DEL DISCURSO DEL ODIO

2.1. El dilema entre la libertad de expresión y la represión del discurso del odio

En el ámbito internacional, las diferentes tendencias de restricción del discurso del odio se suelen sintetizar en la división entre la perspectiva estadounidense, más liberal y “tolerante”; y la perspectiva europea, más “intransigente” con el discurso del odio.

- EE.UU. se ha caracterizado tradicionalmente por una defensa a ultranza de la libertad de expresión.
- Europa ha seguido en general una línea más intransigente con el discurso del odio, y niega la posibilidad de acogerse a la libertad de expresión para proteger la negación del holocausto, la apología del terrorismo o mensajes xenófobos o racistas.

En el siguiente cuadro, se presentan de manera simplificada algunos de los principales argumentos que se suelen utilizar a favor y en contra de las prohibiciones del discurso del odio.

A favor	En contra ¹
La libertad de expresión no es un derecho absoluto. Ha de ser limitado para proteger la dignidad humana, la igualdad, la paz y la convivencia social, el derecho a vivir sin acoso e intimidación, etc.	La libertad de expresión y el debate público son esenciales para una democracia. No deben establecer restricciones basándose únicamente en lo ofensivas que puedan ser algunas expresiones. Se corre el riesgo de que las restricciones se utilicen como un “derecho penal del enemigo” contra oponentes políticos.

¹Cuadro basado en *Nineteen arguments for hate speech bans-and against them* de Eric Heinze.

<p>La proliferación de comentarios y expresiones ofensivas y extremas pueden generar un clima social que acabe desembocando en episodios de violencia.</p>	<p>En democracias consolidadas, no se ha demostrado una conexión clara entre proliferación de discurso del odio y un aumento de crímenes de odio. El estado ya puede castigar la motivación de odio de los actos criminales como circunstancia agravante.</p>
<p>El discurso del odio causa daños psicológicos directos (sentimiento de ser amenazado, humillado, etc.) y contribuye a perpetuar situaciones de discriminación.</p>	<p>Existen medios legales para prohibir el acoso, las amenazas y los ataques individuales a la dignidad; e instrumentos más legítimos, proporcionados y eficaces para combatir la discriminación.</p>
<p>Las declaraciones más extremas de odio son incitadoras de actos violentos y de discriminación, y por ello deben ser restringidas y castigadas.</p>	<p>El estado ya puede castigar actos de provocación o conspiración, en los que se puede establecer una clara conexión con el delito. El concepto de incitación le otorga un mecanismo para castigar sin tener que demostrar la posibilidad de que se realice el daño.</p>
<p>El estado no puede mantenerse neutral, y las prohibiciones del discurso del odio son un símbolo del compromiso con los valores democráticos, la igualdad, y la dignidad humana.</p>	<p>El estado tiene vías más legítimas y eficaces para posicionarse a nivel simbólico. Las prohibiciones son poco eficaces, e incluso contraproducentes.</p>

2.2. Las particularidades jurídicas del odio en Internet y las redes sociales

Por si este debate político, ético y jurídico no tuviera suficientes aristas, Internet y las redes sociales añaden aun mayor complejidad al problema del discurso del odio. En primer lugar, porque Internet se ha convertido en una especie de símbolo de libertad, y cualquier intento de regular lo que sucede en la Red, es automáticamente tachado de reaccionario.

Internet y las redes sociales plantean un segundo problema, relacionado con el carácter “sin fronteras” de la Red: la delimitación de la cuestión jurisdiccional.

Esta ausencia de fronteras supone también un desafío en materias como la cooperación judicial a nivel internacional, o el secreto de las comunicaciones y la protección de datos.

Se plantean, además, problemas derivados de la propia configuración técnica y la operatividad de Internet (localización de servidores, autenticación de IPs, cuentas robot, diferentes procedimientos de encriptación para ocultar la identidad, etc.) que dificultan la obtención de pruebas o la determinación de responsabilidad.

2.3. Legislación española

La nueva regulación ha unificado los diferentes delitos de discurso del odio en el artículo 510 del Código Penal, y los castiga con las siguientes penas:

- 1- **1 a 4 años de prisión** y multa de 6 a 12 meses,
 - a. Incitación directa o indirecta al odio, a la hostilidad, a la discriminación y a la violencia, contra grupos o individuos por motivos racistas, antisemitas u otros relativos a su ideología, religión, origen, sexo, orientación sexual, enfermedad o discapacidad.
 - b. Producción y difusión de materiales, con la misma motivación que en el apartado a).
 - c. Negación o enaltecimiento de los delitos de genocidio, lesa humanidad o contra las personas o bienes protegidos en caso de conflicto armado que hubieran sido cometidos contra los grupos señalados, cuando ello promueva o favorezca un clima de violencia, hostilidad u odio contra los mismos.

- 2- **6 meses a 2 años de prisión** y multa de 6 a 12 meses (y prisión de 1 a 4 años cuando se promueva un clima de violencia, odio o discriminación)
 - a. Realización de actos, o producción o difusión de materiales, que supongan humillación o menosprecio contra alguno de los grupos señalados o de sus miembros por motivos discriminatorios;
 - b. Enaltecimiento o justificación pública de los delitos cometidos contra los grupos señalados.

La regulación del art. 510 establece además una serie de agravantes y consecuencias accesorias, entre las que destaca la agravante por haber utilizado Internet, para llevar a cabo cualquiera de las conductas descritas.

El Código Penal contempla además una circunstancia agravante genérica por motivos discriminatorios, que agrava la responsabilidad penal de cualquier delito, y que, por ejemplo, puede aplicarse a conductas típicas en las redes sociales, como las amenazas o el acoso. Además existe un delito de amenazas a colectivos, que castiga las amenazas dirigidas a grupos étnicos, culturales, etc., que sean suficientes para lograr atemorizarlos.

Algunos de los principales problemas prácticos para perseguir los delitos de odio en general, y de los delitos de discurso del odio, en particular, son los siguientes:

- Desconocimiento de los hechos por el escaso número de denuncias.
- Minimización de los hechos en algunos casos por parte de los responsables de las investigaciones.
- Insuficientes investigaciones policiales y judiciales.
- Dificultades para acreditar la motivación “odiosa” o discriminatoria del delito.
- Poca formación en igualdad y no discriminación de las instituciones implicadas: cuerpo judicial, funcionarios judiciales, forenses, policía, seguridad privada, etc.

- Dificultades inherentes al escenario “redes sociales”: problemas de jurisdicción, territorialidad, identificación y obtención de datos de los agresores, etc.

3. EL ROL DE LAS REDES SOCIALES COMO INTERMEDIARIAS

Indiscutiblemente, las propias redes sociales, como canal de comunicación de los mensajes “odiosos”, juegan un importante papel en la lucha contra el discurso del odio. Su papel de intermediarias en la comunicación digital, les convierte en el primer árbitro en la determinación de qué se puede decir y qué no.

En relación con las empresas intermediarias, se plantean diferentes alternativas: la atribución de responsabilidad a las empresas, la promoción de la autorregulación, y la implementación de filtros informáticos. Cualquiera de estas vías plantea ciertos dilemas.

3.1. Atribución de responsabilidad

Mientras que en Estados Unidos los proveedores de servicios están prácticamente exentos de responsabilidad por los contenidos publicados, la atribución de responsabilidad a los prestadores de servicios intermediarios en la Unión Europea está basada principalmente en el hecho de que hayan tenido conocimiento del carácter ilícito de los contenidos publicados en su servicio. En principio, sólo serán responsables cuando no retiren el acceso a un contenido ilegal, habiendo tenido conocimiento de su ilegalidad.

3.2. Auto-regulación e implementación de filtros informáticos

Las compañías, como operadores privados, tienen el derecho de establecer códigos éticos y condiciones de uso de sus servicios, aplicables globalmente.

Todas las grandes redes sociales obligan a aceptar condiciones de uso que, en principio, prohíben el discurso del odio en sus plataformas. Además, cuentan con sistemas de denuncia que permiten a los usuarios denunciar el contenido que vulnere las normas de uso de las redes, para que las compañías valoren su eliminación.

Sin embargo, a pesar de esta actitud, teóricamente intolerante con el discurso del odio, lo cierto es que los mecanismos de denuncia y eliminación de comentarios no funcionan adecuadamente. Por muy sofisticados que sean los algoritmos en los que se basan los filtros informáticos desarrollados por las redes sociales, tienden a cometer errores de bulto.

De cualquier manera, es justo recordar la enorme dificultad de gestionar este problema. Incluso con la ayuda de filtros informáticos, la tarea de moderación y autorregulación es de proporciones gigantescas. Twitter, por ejemplo, maneja más de 300 millones de tuits al día. Además de las dificultades técnicas para revisar semejantes cantidades de mensajes, la moderación de contenidos es una tarea muy delicada para la imagen de las compañías, y reciben protestas tanto por no respetar la libertad de expresión y acusaciones de censura, como por ser un espacio de impunidad para el odio. Las propias redes sociales son conscientes del problema que

tienen con la gestión del acoso online, las amenazas y el discurso del odio, que se ha convertido en su talón de Aquiles, por esa dificultad de encontrar un equilibrio entre la libertad de expresión y el respeto a la dignidad de las personas.

3.3. El Código de Conducta con la Unión Europea

A raíz de la crisis de refugiados de 2015, y ante el evidente crecimiento de las manifestaciones xenófobas y racistas en las redes sociales, la Unión Europea presionó a las empresas tecnológicas para que asumieran un rol más activo en la lucha contra el discurso del odio.

Como resultado de esa presión, en mayo de 2016, Facebook, Twitter, Youtube y Microsoft firmaron un Código de Conducta en materia de incitación ilegal al odio en Internet. En dicho acuerdo, las empresas tecnológicas adquirieron una serie de compromisos, entre los que destacan los siguientes:

- revisar las solicitudes de retirada de contenidos ilegales de incitación al odio en el plazo de 24 horas;
- establecer procedimientos claros de examen de los contenidos denunciados, y valorar las denuncias que reciban en sus servicios, con arreglo a sus normas de autorregulación, pero teniendo en cuenta también, cuando sea necesario, las legislaciones nacionales;
- cooperación entre las empresas firmantes y el intercambio de buenas prácticas con otros servicios de comunicación social de Internet;
- promover iniciativas que desarrollen un “contradiscursio” alternativo;
- apoyar programas educativos que fomenten el pensamiento crítico, y colaborar con las organizaciones de la sociedad civil en actividades formativas.

4. LAS ESTRATEGIAS NO JURÍDICAS PARA COMBATIR EL DISCURSO DEL ODI EN LAS REDES SOCIALES

A continuación se presentarán, sin ánimo exhaustivo, las principales estrategias “no jurídicas” que se están llevando a cabo para responder al discurso del odio en general, y en las redes sociales en particular.

4.1. Las estrategias de monitoreo e investigación

Este tipo de estrategias son importantes para entender el fenómeno del discurso del odio en las redes sociales de una manera integral; conocimiento que es valioso en sí mismo, pero sobre todo para aplicarlo a la búsqueda de recursos que mitiguen el problema, o que prevengan sus consecuencias más dañinas. Por ejemplo, el monitoreo puede desempeñar una labor importante como sistema de alerta temprana en contextos inestables, para prevenir sucesos violentos.

Uno de los centros de referencia en el campo del monitoreo y la investigación, por la consistencia de sus estudios, es el *Centre for the Analysis of Social Media* del *think tank* británico Demos, que realiza frecuentes estudios no sólo sobre la extensión de diferentes formas de discurso del odio (islamofobia, sexismo, etc.), sino también sobre cómo funcionan las contranarrativas que se enfrentan al odio en las redes. En este

campo, Facebook ha encargado a Demos la realización de una serie de investigaciones sobre los contenidos que combaten el discurso del odio, para evaluar cuáles tienen más éxito y cuáles pueden ser contraproducentes.

4.2. Las estrategias de presión a las redes sociales

Este tipo de estrategias, que tienen como objetivo lograr que las empresas de redes sociales no permitan que se utilicen sus plataformas para publicar contenidos extremadamente intolerantes, pueden enfocar directamente la presión hacia las propias compañías, o hacerlo indirectamente dirigiéndose a sus anunciantes.

Las organizaciones de la sociedad civil presionan directamente a las compañías a través de campañas online, recogida de quejas, peticiones online, etc. con resultados dispares. Las instituciones públicas tienen mayor capacidad de presión a las compañías y logran ciertos compromisos por parte de las empresas, como el ya mencionado Código de Conducta impulsado por la Unión Europea.

Las campañas de presión a los anunciantes, por su parte, han logrado considerables éxitos. Un ejemplo de este tipo de iniciativas fue desarrollado conjuntamente en Gran Bretaña y Estados Unidos por *WAM! (Women, Action and the Media Group)* y *Everyday Sexism Project*, para exigir la retirada de contenido abusivo hacia las mujeres, logrando que 15 grandes empresas retiraran su publicidad de Facebook, y que la compañía se comprometiera públicamente a revisar sus condiciones de servicio y sus mecanismos de revisión de contenidos.

4.3. Las estrategias orientadas a cambiar percepciones y actitudes

4.3.1. Las campañas contra el discurso del odio en Internet

Atendiendo a su contenido y orientación específica, estas campañas pueden categorizarse en tres tipos: de sensibilización, afirmativas o restrictivas². Antes de examinar esta tipología, se examinará por su centralidad y alcance la campaña *Viviendo juntos online: acción y campaña contra el discurso del odio* (campaña No Hate), lanzada por el Consejo de Europa (COE) en marzo de 2013.

a) La campaña No hate del Consejo de Europa

La campaña *No hate* se enmarca dentro del esfuerzo del COE de promover los derechos humanos en Internet. La meta principal de esta campaña es movilizar a los jóvenes europeos, creando un movimiento social (*No Hate Speech Movement*) que contribuya a reducir el nivel de aceptación de este tipo de discurso.

Esta campaña se ha reproducido a nivel nacional a través de los Comités Nacionales de Campaña. Estos Comités reúnen a las principales partes interesadas en cada país y siguen las Directrices proporcionadas por el Consejo de Europa para mantener la coherencia general de la campaña. Hasta el momento, se han formado más de 40 Comités, tanto en los países miembros del COE como en otros países como EE.UU., México o Marruecos.

² Titley, Gavan, Ellie Keen, and László Földi. 2014. "Starting Points for Combating Hate Speech online. Three Studies about Online Hate Speech and Ways to Address It."

Esta campaña también se ha llevado al ámbito local, a través de la serie de actividades presenciales que han tenido lugar en diversas ciudades europeas. Además, la ciudad de Estrasburgo ha colaborado activamente con el COE, que tiene allí su sede, para poner en marcha un plan de acción local y un grupo de apoyo de la campaña. No obstante, hasta el momento no ha habido un movimiento específico de ciudades o red de ciudades que apoye explícitamente la campaña.

b) Una tipología de campañas

Además de la campaña No Hate del COE, a lo largo del territorio europeo se han llevado a cabo otras campañas de alcance más restringido. Con respecto al contenido y orientación específica de estas campañas, estas pueden categorizarse en tres tipos:

- Las **campañas de sensibilización**, que pretenden concienciar al público sobre el discurso del odio y sus consecuencias. En el ámbito español, destaca la campaña “Internet sin riesgos”, puesta en marcha por el Área de Juventud del Cabildo Insular de Tenerife y cuyo objetivo es sensibilizar contra la propagación del ciberodio y el ciberacoso machista.
- Las **campañas afirmativas**, que tienen como objetivo presentar a las minorías de manera positiva al público general para prevenir comportamientos discriminadores. Algunos ejemplos son la campaña británica “El Islam es Paz” (*Islam is peace*), centrada en desmontar los prejuicios sobre esta religión y sus practicantes; o, en el ámbito español, la campaña #YoNoSoyTrapacero, que denuncia la imagen negativa de los gitanos que difunde la Real Academia Española (RAE).
- En tercer lugar, las **campañas restrictivas** tienen como objetivo recoger información sobre páginas u acciones en línea basadas en contenido intolerante y tomar medidas para restringir dicha actividad. Un ejemplo sería la campaña internacional “Echemos a los troles” (*Get the Trolls Out*), puesta en marcha por varias organizaciones y cuyo objetivo es restringir el discurso del odio antisemita en Internet.

4.3.2. Las estrategias contra el discurso del odio en Internet basadas en la educación y la formación

Otro grupo de estrategias para combatir el odio en Internet son las basadas en la educación y la formación. Sin ánimo de exhaustividad, estas iniciativas pueden clasificarse en dos grandes grupos: por una parte, las que están orientadas a educar y formar a la población en general, para el desarrollo de lo que se ha conceptualizado como “ciudadanía digital”; y, por otra parte, las iniciativas destinadas a dotar a personas ya concienciadas y activistas con las aptitudes necesarias para actuar más eficazmente en el medio online.

a) El pensamiento crítico y la reflexión como herramientas clave contra el discurso del odio en Internet

Con la centralidad que en los últimos años han adquirido Internet y las redes sociales como forma de comunicación se ha puesto de manifiesto que las estrategias

educativas deben incluir la promoción de aptitudes como la recepción crítica de los mensajes y el empoderamiento en la creación de contenidos. Para lograr esta puesta al día, se ha propuesto la noción de “ciudadanía digital”, que pretende adaptar el concepto de educación para la ciudadanía, incorporando al mismo el conocimiento y aptitudes necesarias para interactuar en el medio digital.

Algunas iniciativas contra el discurso del odio se han centrado en desarrollar estas aptitudes a través de la realización de cursos de formación y del desarrollo de herramientas pedagógicas específicas. Algunos ejemplos serían, por un lado, el proyecto de formación “Prevención del discurso del odio en Internet” (*Prevention of online hate speech*) del Centro Europeo Wergeland de Noruega; o, por otro lado, el proyecto pedagógico “Sin odio: algo que os importa” (*NO HATE - Ce qui vous regarde*), realizado por la asociación belga Loupiote y en el marco del cual se celebraron una serie de talleres contra el ciberodio con jóvenes, que incluían el desarrollo de herramientas pedagógicas disponibles en línea.

b) Formando a ciberactivistas: algunas estrategias específicas dirigidas a la formación de colectivos ya concienciados

También se han llevado a cabo iniciativas destinadas específicamente a empoderar a las personas ya concienciadas o victimizadas con aptitudes específicas que les permitan actuar más eficazmente en línea. En efecto, empoderar a activistas es el objetivo principal del proyecto *Gente joven combatiendo el discurso del odio en Internet*, que forma parte de la campaña *No Hate* y que pretende formar a jóvenes y asociaciones juveniles con las competencias necesarias para reconocer y actuar contra el discurso del odio e involucrarles en el lanzamiento de la campaña. Siguiendo la misma filosofía, y en el ámbito español, cabe destacar el taller “Cómo actuar ante el discurso del odio en Internet”, realizado en el marco del Proyecto Online contra la Xenofobia y la Intolerancia en medios digitales (Proxi), puesto en marcha por el Institut de Drets Humans de Catalunya y United Explanations.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar García, Miguel Ángel, ed. 2015. *Manual Práctico Para La Investigación Y Enjuiciamiento de Delitos de Odio y Discriminación*. Barcelona: Generalitat de Catalunya Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada.
- Article 19. 2015. *Hate Speech' Explained A Toolkit*. Article 19. Londres. Disponible en: [https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/'Hate-Speech'-Explained---A-Toolkit-\(2015-Edition\).pdf](https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/'Hate-Speech'-Explained---A-Toolkit-(2015-Edition).pdf)
- Bustos Gisbert, Rafael. 2015. "Libertad de expresión y discurso negacionista", en *Libertad de Expresión y discursos del odio*, Miguel Revenga Sánchez (dir.), *Cuadernos de la Cátedra de Democracia y Derechos Humanos* nº12. Universidad de Alcalá.
- Castells, Manuel. 2012. *Redes de Indignación y Esperanza: Los Movimientos Sociales En La Era de Internet*. Alianza Editorial.
- Gagliardone, Iginio, Alisha Patel, y Matti Pohjonen. 2014. "Mapping and Analysing Hate Speech Online: Opportunities and Challenges for Ethiopia". University of Oxford and Addis Ababa University. <http://pcmlp.socleg.ox.ac.uk/sites/pcmlp.socleg.ox.ac.uk/files/Ethiopia%20hate%20speech.pdf>

- Gagliardone, Iginio, Danit Gal, Thiago Alves, y Gabriela Martinez. 2015. Countering Online Hate Speech. Programme in Comparative Media Law and Policy, University of Oxford.
- Gascón Cuenca, Andrés. 2015. "La Nueva Regulación Del Discurso Del Odio En El Ordenamiento Jurídico Español: La Modificación Del Artículo 510 CP. *Cuadernos Electrónicos de Filosofía Del Derecho*, no. 32.
- Heinze, Eric. 2014. Nineteen arguments for hate speech bans- and against them. Disponible en: <http://freespeechdebate.com/en/discuss/nineteen-arguments-for-hate-speech-bans-and-against-them/> (Consultado el 23/11/2016)
- Hoehsmann, Michael., y Stuart R. Poyntz. 2012. *Media Literacies: A Critical Introduction*. Wiley-Blackwell.
- Jubany, Olga, y Malin Roiha. 2016. "Backgrounds, Experiences and Responses to Online Hate Speech: A Comparative Cross-Country Analysis."
- Jubany, Olga, Roiha, Malin, y Martínez, Arlette. 2016. "Online Hate Speech in Spain. Fieldwork Report. PRISM. Preventing, Redressing & Inhibiting Hate Speech in New Media". Universitat de Barcelona. Fundamental Rights and Citizenship Programme of the European Union
- Kahn, Robert. 2015. Rethinking the Context of Hate Speech, en *First Amendment Law Review*; U of St. Thomas (Minnesota) *Legal Studies Research Paper* No. 15-20.
- Keen, Ellie, y Mara Georgescu. 2016. *Bookmarks - A Manual For Combating Hate Speech Online Through Human Rights Education*. Estrasburgo: Council of Europe. <http://site.ebrary.com/lib/uacj/docDetail.action?docID=10961376>.
- Legault, Lisa, Jennifer N. Gutsell, y Michael Inzlicht. 2011. "Ironic Effects of Antiprejudice Messages: How Motivational Interventions Can Reduce (but Also Increase) Prejudice". *Psychological Science*, 22, 1472-1477. DOI: 10.1177/0956797611427918
- Ministerio del Interior de España.
- 2015. Protocolo de actuación de las fuerzas y cuerpos de seguridad para los delitos de odio y conductas que vulneran las normas legales sobre discriminación. Disponible en:
 - 2016. "Informe 2015 Sobre Incidentes Relacionados Con Los Delitos de Odio En España". Disponible en: <http://datos.gob.es/catalogo/informe-2015-sobre-incidentes-relacionados-con-delitos-de-odio-espana>.
- Moretón Toquero, María Aranzazu. 2012. "El «ciberodio», La Nueva Cara Del Mensaje de Odio: Entre La Cibercriminalidad Y La Libertad de Expresión." *Revista Jurídica de Castilla Y León*, no. 27.
- Morozov, Evgeny. 2012. *El Desengaño de Internet: Los Mitos de La Libertad En La Red. Imago Mundi*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Phillipson, Gavin. 2015. "Hate Speech Laws: What they should and shouldn't try to do", *Revue générale du droit* (www.revuegeneraldudroit.eu), Études et réflexions 2015, número 13.
- Revenga Sánchez, Miguel. 2015. "Los discursos del odio y la democracia adjetivada: tolerante, intransigente, ¿militante?", en *Libertad de Expresión y discursos del odio (op.cit)*.
- Rey Martínez, Fernando. 2015. "Discurso del odio y racismo líquido", en *Libertad de Expresión y discursos del odio (op. cit)*.
- Rodríguez Izquierdo, Myriam. 2015 "El discurso del odio a través de Internet", en *Libertad de Expresión y discursos del odio (op. cit)*.
- Ruiz, Carlos, Pere Masip, Josep Lluís Micó, Javier Díaz-Noci, y David Domingo 2010 "Convesación 2.0 y democracia Análisis de los comentarios de los lectores en la prensa digital catalana". *Comunicación y Sociedad*. Vol. XXIII, Núm. 2, 2010, pp.7-39
- Silverman, Tanya, Christopher J Stewart, Jonathan Birdwell, y Zahed Amanullah. 2016. "The Impact of Counter-Narratives. Insights from a Year-Long Cross-Platform Pilot Study of

Counter-Narrative Curation, Targeting, Evaluation and Impact.”

Teruel Lozano, Germán M. 2015. “La libertad de expresión frente a los delitos de negacionismo y de provocación al odio y a la violencia: Sombras Sin Luces En La Reforma Del Código Penal.” *Indret: Revista Para El Análisis Del Derecho*, no. 4.

Titley, Gavan, Ellie Keen, and László Földi. 2014. “Starting Points for Combating Hate Speech online. Three Studies about Online Hate Speech and Ways to Address It.”

Van Spanje, J.,y C. de Vreese. 2015. “The Good, the Bad and the Voter: The Impact of Hate Speech Prosecution of a Politician on Electoral Support for His Party.” *Party Politics* 21 (1). SAGE Publications: 115–30. doi:10.1177/1354068812472553.

Vázquez Alonso, Víctor J. 2015. "Libertad de expresión y religión en la cultura liberal: de la moralidad cristiana al miedo postsecular", en *Libertad de Expresión y discursos del odio (op. cit.)*.

Vives Antón, Tomás. 2015. "Sobre la apología del terrorismo como ‘discurso’ del odio", en *Libertad de Expresión y discursos del odio (op. cit.)*.