

CONTROLAT A LES XARXES!

#BCN vs ODI



ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi

Ajuntament de
Barcelona





Taula de continguts

1.	EL PROBLEMA DEL DISCURS DE L'ODI A LES XARXES SOCIALS.....	1
1.1.	Què s'entén per discurs de l'odi?	1
1.2.	Les particularitats del discurs de l'odi <i>online</i>	2
1.3.	Les conseqüències del discurs de l'odi.....	2
1.4.	Qui són els autors del discurs de l'odi?.....	2
2.	LA RESTRICCIÓ DEL DISCURS DE L'ODI	3
2.1.	El dilema entre la llibertat d'expressió i la repressió del discurs de l'odi.....	3
2.2.	Les particularitats jurídiques de l'odi a Internet i les xarxes socials	4
2.3.	Legislació espanyola	4
3.	EL ROL DE LES XARXES SOCIALS COM A INTERMEDIÀRIES.....	6
3.1.	Atribució de responsabilitat	6
3.2.	Auto-regulació i implementació de filtres informàtics	6
3.3.	El Codi de Conducta amb la Unió Europea	7
4.	LES ESTRATÈGIES NO JURÍDIQUES PER A COMBATRE EL DISCURS DE L'ODI A LES XARXES SOCIALS	7
4.1.	Les estratègies de monitoreig i recerca	7
4.2.	Les estratègies de pressió a les xarxes socials	8
4.3.	Les estratègies orientades a canviar percepcions i actituds.....	8
4.3.1.	<i>Les campanyes contra el discurs de l'odi a Internet</i>	8
4.3.2.	<i>Les estratègies contra el discurs de l'odi a Internet basades en l'educació i la formació</i>	9
	BIBLIOGRAFIA.....	10

1. EL PROBLEMA DEL DISCURS DE L'ODI A LES XARXES SOCIALS

Existeix una sensació generalitzada que el discurs extrem té una presència desmesurada a les xarxes socials. El masclisme, l'homofòbia, la xenofòbia, la islamofòbia, l'antigitanisme, l'antisemitisme i altres formes d'intolerància aprofiten Internet i les xarxes socials per a l'insult, la humiliació, l'assetjament, o l'amenaça i la incitació a la violència.

En una Europa en crisi econòmica i d'identitat, les manifestacions d'odi, ira i agressivitat s'han convertit en moneda comuna a Internet. Arran de la crisi dels refugiats, i especialment, en els dies posteriors als atemptats de París, Brussel·les, o Niça, s'han produït importants repunts d'odi a les xarxes socials.

Les institucions internacionals i europees no són alienes a aquest problema. El problema del discurs de l'odi a Internet, i a les xarxes socials, en particular, és un assumpte que ha adquirit tal dimensió que actualment està a l'agenda de la majoria d'organismes europeus i internacionals.

Segons estudis del *think tank* Demos, a Twitter hi ha aproximadament unes 10.000 piulades diàries amb insults racistes en llengua anglesa, i cada deu segons algú insulta una dona amb les paraules “puta” o “meuca”. No hi ha dubte que les xarxes socials s'han convertit en un espai d'impunitat per a la ira i l'odi.

A Espanya, el problema no és menor. A nivell col·lectiu, els missatges que insulten i denigren a dones, gitanos, musulmans, jueus, homosexuals, transexuals, etc. són preocupantment habituals. El president de SOS Racisme Madrid, Moha Gerehou, l'alcalde de Terrassa, Jordi Ballart, la diputada de l'Assemblea de Madrid, Carla Antonelli, o l'àrbitre de futbol infantil, Jesús Tomillero han estat durant 2016 alguns dels casos d'assetjament i amenaces individuals per motius d'odi racista o homòfob que han arribat als mitjans de comunicació, i que no són més que la punta de l'iceberg d'una situació que s'ha convertit en habitual a les xarxes socials.

1.1. Què s'entén per discurs de l'odi?

Encara que hi ha cert consens sobre l'extensió del problema, el concepte de discurs de l'odi segueix sent discutit i és objecte de debat a nivell internacional. És un concepte complex, perquè posa en joc principis fonamentals per a les democràcies com la igualtat, la dignitat humana, i la llibertat d'expressió, i per tant, pot ser utilitzat amb objectius més o menys legítims.

El terme “discurs de l'odi” s'utilitza per referir-se a les expressions que inciten a la discriminació o la violència per motius d'odi racial, xenòfob, orientació sexual, o altres formes d'intolerància, però també per referir-se, en termes més amplis, a aquelles expressions que fomenten l'hostilitat a través de prejudicis o intolerància. En els mitjans de comunicació, s'ha generalitzat l'ús del concepte per referir-se a un conglomerat d'expressions que inclou manifestacions tan diverses com l'assetjament a famosos, les amenaces a individus o col·lectius per intolerància, el discurs ofensiu contra el poder,

l'apologia del terrorisme, o la blasfèmia religiosa, que requereixen enfocaments i solucions diferents.

Per això, en aquest informe, el concepte de discurs de l'odi s'utilitza per referir-se a les expressions que, en un sentit ampli, fomenten i inciten a la violència, la discriminació o l'hostilitat contra individus o col·lectius per motius racistes, xenòfobs, religiosos, de gènere, orientació sexual, discapacitat i altres formes d'intolerància.

1.2. Les particularitats del discurs de l'odi *online*

Internet i les xarxes socials afegeixen al fenomen del discurs de l'odi una sèrie de característiques que, o bé contribueixen a generar sensació d'impunitat, o bé ho converteixen en un fenomen descontrolat i més nociu:

- La comunicació és massiva i descentralitzada.
- Les xarxes tenen un enorme potencial multiplicador.
- Els continguts romanen indefinidament si no són esborrats.
- Els continguts poden saltar d'una plataforma a una altra.
- L'ús de pseudònims i l'anonimat estan molt estesos.
- Són un mitjà de comunicació "sense fronteres".
- La sensació de "virtualitat" desinhibeix.

1.3. Les conseqüències del discurs de l'odi

A més de convertir les xarxes socials en un espai de comunicació incivilitzat, el discurs de l'odi té conseqüències nocives al món *offline*:

- Dany emocional o psicològic a les víctimes d'amenaques o assetjament, per motius d'odi i intolerància.
- Erosió de la dignitat i la reputació d'individus i col·lectius.
- Perpetuació d'estereotips discriminatoris, deshumanització i estigmatització de col·lectius.
- Reducció d'empatia cap als col·lectius deshumanitzats.
- Genera el caldo de cultiu propici per a què es produeixin delictes d'odi i actes discriminatoris.

1.4. Qui són els autors del discurs de l'odi?

Gran part del discurs de l'odi a les xarxes socials procedeix d'individus directa o indirectament vinculats amb col·lectius feixistes com ara Hogar Social Madrid, Plataforma per Catalunya, Falange Española de las JONS, España 2000, Alianza Nacional, o grups altres simpatitzants d'equips de futbol.

Malgrat això, el fenomen del discurs de l'odi no és exclusiu d'aquests grups

d'ultradreta. En l'argot d'Internet és habitual l'ús dels termes *haters* o *trols*, per referir-se a individus que ataquen obsessivament a determinats col·lectius, o que es dediquen a provocar a altres usuaris mitjançant insults i agressivitat. Aquests perfils són responsables de bona part del discurs de l'odi a les xarxes. Però per dimensionar correctament el problema i dissenyar estratègies adequades per combatre'l, s'ha de tenir en compte que aquests fenòmens propis de la cultura d'Internet no són en absolut homogenis.

2. LA RESTRICCIÓ DEL DISCURS DE L'ODI

2.1. El dilema entre la llibertat d'expressió i la repressió del discurs de l'odi

En l'àmbit internacional, les diferents tendències de restricció del discurs de l'odi se solen sintetitzar en la divisió entre la perspectiva nord-americana, més liberal i "tolerant"; i la perspectiva europea, més "intransigent" amb el discurs de l'odi.

- Estats Units s'ha caracteritzat tradicionalment per una defensa a ultrança de la llibertat d'expressió.
- Europa ha seguit en general una línia més intransigent amb el discurs de l'odi, i nega la possibilitat d'acollir-se a la llibertat d'expressió per protegir la negació de l'holocaust, l'apologia del terrorisme o missatges xenòfobs o racistes.

En el següent quadre, es presenten de manera simplificada alguns dels principals arguments que se solen utilitzar a favor i en contra de les prohibicions del discurs de l'odi.

A favor	En contra ¹
La llibertat d'expressió no és un dret absolut. Ha de ser limitat per protegir la dignitat humana, la igualtat, la pau i la convivència social, el dret a viure sense assetjament i intimidació, etc.	La llibertat d'expressió i el debat públic són essencials per a una democràcia. No han d'establir restriccions basant-se únicament en l'ofensives que puguin ser algunes expressions. Es corre el risc que les restriccions s'utilitzin com un "dret penal de l'enemic" contra oponents polítics.
La proliferació de comentaris i expressions ofensives i extremes poden generar un clima social que acabi desembocant en episodis de violència.	En democràcies consolidades, no s'ha demostrat una connexió clara entre proliferació de discurs de l'odi i un augment de crims d'odi. L'estat ja pot castigar la motivació d'odi dels actes criminals com a circumstància agreujant.

¹ Quadre basat en *Nineteen arguments for hate speech bans-and against them* d'Eric Heinze.

<p>El discurs de l'odi causa danys psicològics directes (sentiment de ser amenaçat, humiliat, etc.) i contribueix a perpetuar situacions de discriminació.</p>	<p>Existeixen mitjans legals per prohibir l'assetjament, les amenaces i els atacs individuals a la dignitat; i instruments més legítims, proporcionats i eficaços per combatre la discriminació.</p>
<p>Les declaracions més extremes d'odi són incitadores d'actes violents i de discriminació, i per això han de ser restringides i castigades.</p>	<p>L'estat ja pot castigar actes de provocació o conspiració, en els quals es pot establir una clara connexió amb el delictes. El concepte d'incitació li atorga un mecanisme per castigar sense haver de demostrar la possibilitat que es realitzi el dany.</p>
<p>L'estat no pot mantenir-se neutral, i les prohibicions del discurs de l'odi són un símbol del compromís amb els valors democràtics, la igualtat, i la dignitat humana.</p>	<p>L'estat té vies més legítimes i eficaces per posicionar-se a nivell simbòlic. Les prohibicions són poc eficaces, i fins i tot contraproductes.</p>

2.2. Les particularitats jurídiques de l'odi a Internet i les xarxes socials

Per si aquest debat polític, ètic i jurídic no tingués prou arestes, Internet i les xarxes socials afegeixen major complexitat al problema del discurs de l'odi. En primer lloc, perquè Internet s'ha convertit en una mena de símbol de llibertat, i qualsevol intent de regular el que succeeix a la Xarxa, és automàticament titllat de reaccionari.

Internet i les xarxes socials plantegen un segon problema, relacionat amb el caràcter "sense fronteres" de la Xarxa: la delimitació de la qüestió jurisdiccional.

Aquesta absència de fronteres suposa també un desafiament en matèries com la cooperació judicial a nivell internacional, o el secret de les comunicacions i la protecció de dades.

Es plantegen, a més, problemes derivats de la pròpia configuració tècnica i l'operativitat d'Internet (localització de servidors, autenticació d'IPs, comptes robot, diferents procediments d'encryptació per ocultar la identitat, etc.) que dificulten l'obtenció de proves o la determinació de responsabilitat.

2.3. Legislació espanyola

La nova regulació ha unificat els diferents delictes de discurs de l'odi en l'article 510 del Codi Penal, i els castiga amb les següents penes:

- 1- **1 a 4 anys de presó** i multa de 6 a 12 mesos,
 - a. Incitació directa o indirecta a l'odi, a l'hostilitat, a la discriminació i a la violència, contra grups o individus per motius racistes, antisemites

o altres relatius a la seva ideologia, religió, origen, sexe, orientació sexual, malaltia o discapacitat.

- b. Producció i difusió de materials, amb la mateixa motivació que a l'apartat a).
- c. Negació o enaltiment dels delictes de genocidi, lesa humanitat o contra les persones o béns protegits en cas de conflicte armat que haguessin estat comesos contra els grups assenyalats, quan això promogui o afavoreixi un clima de violència, hostilitat o odi contra els mateixos.

2- **6 mesos a 2 anys de presó** i multa de 6 a 12 mesos (i presó d'1 a 4 anys quan es promogui un clima de violència, odi o discriminació)

- a. Realització d'actes, o producció o difusió de materials, que suposin humiliació o menyspreu contra algun dels grups assenyalats o dels seus membres per motius discriminatoris;
- b. Enaltiment o justificació pública dels delictes comesos contra els grups assenyalats.

La regulació de l'art. 510 estableix a més una sèrie d'agreujants i conseqüències accessòries, entre les quals destaca l'agreujant per haver utilitzat Internet per dur a terme qualsevol de les conductes descrites.

El Codi Penal contempla a més una circumstància agreujant genèrica per motius discriminatoris, que agreuja la responsabilitat penal de qualsevol delicte, i que, per exemple, pot aplicar-se a conductes típiques a les xarxes socials, com les amenaces o l'assetjament. A més existeix un delicte d'amenaces a col·lectius, que castiga les amenaces dirigides a grups ètnics, culturals, etc., que siguin suficients per aconseguir atemorir-los.

Alguns dels principals problemes pràctics per perseguir els delictes d'odi en general, i dels delictes de discurs de l'odi, en particular, són els següents:

- Desconeixement dels fets per l'escàs nombre de denúncies.
- Minimització dels fets en alguns casos per part dels responsables de les investigacions.
- Insuficients investigacions policials i judicials.
- Dificultats per acreditar la motivació "odiosa" o discriminatòria del delicte.
- Poca formació en igualtat i no discriminació de les institucions implicades: cos judicial, funcionaris judicials, forenses, policia, seguretat privada, etc.
- Dificultats inherents a l'escenari "xarxes socials": problemes de jurisdicció, territorialitat, identificació i obtenció de dades dels agressors, etc.

3. EL ROL DE LES XARXES SOCIALS COM A INTERMEDIÀRIES

Indiscutiblement, les pròpies xarxes socials, com a canal de comunicació dels missatges “odiosos”, juguen un important paper en la lluita contra el discurs de l'odi. El seu paper d'intermediàries en la comunicació digital, les converteix en el primer àrbitre en la determinació de què es pot dir i què no.

En relació amb les empreses intermediàries, es plantegen diferents alternatives: l'atribució de responsabilitat a les empreses, la promoció de l'autoregulació, i la implementació de filtres informàtics. Qualsevol d'aquestes vies planteja certs dilemes.

3.1. Atribució de responsabilitat

Mentre que a Estats Units els proveïdors de serveis estan pràcticament exempts de responsabilitat pels continguts publicats, l'atribució de responsabilitat als prestadors de serveis intermediaris a la Unió Europea està basada principalment en el fet que hagin tingut coneixement del caràcter il·lícit dels continguts publicats en el seu servei. En principi, només seran responsables quan no retirin l'accés a un contingut il·legal, havent tingut coneixement de la seva il·legalitat.

3.2. Auto-regulació i implementació de filtres informàtics

Les companyies, com a operadors privats, tenen el dret d'establir codis ètics i condicions d'ús dels seus serveis, aplicables globalment.

Totes les grans xarxes socials obliguen a acceptar condicions d'ús que, en principi, prohibeixen el discurs de l'odi en les seves plataformes. A més, compten amb sistemes de denúncia que permeten als usuaris denunciar el contingut que vulneri les normes d'ús de les xarxes, perquè les companyies valorin la seva eliminació.

Malgrat aquesta actitud, teòricament intolerant amb el discurs de l'odi, la veritat és que els mecanismes de denúncia i eliminació de comentaris no funcionen adequadament. Per molt sofisticats que siguin els algorismes en els quals es basen els filtres informàtics desenvolupats per les xarxes socials, tendeixen a cometre errors importants.

En qualsevol cas, és just recordar l'enorme dificultat de gestionar aquest problema. Fins i tot amb l'ajuda de filtres informàtics, la tasca de moderació i autoregulació és de proporcions gegantesques. Twitter, per exemple, maneja més de 300 milions de piulades al dia. A més de les dificultats tècniques per revisar tals quantitats de missatges, la moderació de continguts és una tasca molt delicada per a la imatge de les companyies, i reben protestes tant per no respectar la llibertat d'expressió i acusacions de censura, com per ser un espai d'impunitat per a l'odi. Les pròpies xarxes socials són conscients del problema que tenen amb la gestió de l'assetjament online, les amenaces i el discurs de l'odi, que s'ha convertit en el seu taló d'Aquil·les, per aquesta dificultat de trobar un equilibri entre la llibertat d'expressió i el respecte a la dignitat de les persones.

3.3. El Codi de Conducta amb la Unió Europea

Arran de la crisi de refugiats de 2015, i davant l'evident creixement de les manifestacions xenòfobes i racistes a les xarxes socials, la Unió Europea va pressionar a les empreses tecnològiques perquè assumissin un rol més actiu en la lluita contra el discurs de l'odi.

Com a resultat d'aquesta pressió, al maig de 2016, Facebook, Twitter, Youtube i Microsoft van signar un Codi de Conducta en matèria d'incitació il·legal a l'odi a Internet. En aquest acord, les empreses tecnològiques van adquirir una sèrie de compromisos, entre els quals destaquen els següents:

- revisar les sol·licituds de retirada de continguts il·legals d'incitació a l'odi en el termini de 24 hores;
- establir procediments clars d'examen dels continguts denunciats, i valorar les denúncies que rebin en els seus serveis, d'acord amb les seves normes d'autoregulació, però tenint en compte també, quan sigui necessari, les legislacions nacionals;
- cooperació entre les empreses signatàries i l'intercanvi de bones pràctiques amb altres serveis de comunicació social d'Internet;
- promoure iniciatives que desenvolupin un “contra-discurs” alternatiu;
- recolzar programes educatius que fomentin el pensament crític, i col·laborar amb les organitzacions de la societat civil en activitats formatives.

4. LES ESTRATÈGIES NO JURÍDIQUES PER A COMBATRE EL DISCURS DE L'ODI A LES XARXES SOCIALS

A continuació es presentaran, sense ànim exhaustiu, les principals estratègies “no jurídiques” que s'estan duent a terme per respondre al discurs de l'odi en general, i a les xarxes socials en particular.

4.1. Les estratègies de monitoreig i recerca

Aquest tipus d'estratègies són importants per entendre el fenomen del discurs de l'odi a les xarxes socials d'una manera integral; coneixement que és valuós en si mateix, però sobretot per aplicar-ho a la cerca de recursos que mitiguin el problema, o que previnguin les seves conseqüències més nocives. Per exemple, el monitoreig pot ser important com a sistema d'alerta precoç en contextos inestables, per prevenir episodis violents.

Un dels centres de referència en el camp del monitoreig i la recerca, per la consistència dels seus estudis, és el *Centre for the Analysis of Social Media* del *think tank* britànic Demos, que realitza freqüents estudis no només sobre l'extensió de diferents formes de discurs de l'odi (islamofòbia, sexisme, etc.), sinó també sobre com funcionen les contra-narratives que s'enfronten a l'odi a les xarxes. En aquest camp, Facebook ha

encarregat a Demos la realització d'una sèrie de recerques sobre els continguts que combaten el discurs de l'odi, per avaluar quins tenen més èxit i quins poden ser contraproductius.

4.2. Les estratègies de pressió a les xarxes socials

Aquest tipus d'estratègies, que tenen com a objectiu aconseguir que les empreses de xarxes socials no permetin que s'utilitzin les seves plataformes per publicar continguts extremadament intolerants, poden enfocar directament la pressió cap a les pròpies companyies, o fer-ho indirectament dirigint-se als seus anunciants.

Les organitzacions de la societat civil pressionen directament a les companyies a través de campanyes online, recollida de queixes, peticions online, etc. amb resultats dispars. Les institucions públiques tenen major capacitat de pressió a les companyies i aconsegueixen certs compromisos per part de les empreses, com el ja esmentat Codi de Conducta impulsat per la Unió Europea.

Les campanyes de pressió als anunciants, per la seva banda, han aconseguit considerables èxits. Un exemple d'aquest tipus d'iniciatives va ser desenvolupat conjuntament a Gran Bretanya i Estats Units per *WAM! (Women, Action and the Mitjana Group)* i *Everyday Sexism Project*, per exigir la retirada de contingut abusiu cap a les dones, aconseguint que 15 grans empreses retiressin la seva publicitat de Facebook, i que la companyia es comprometés públicament a revisar les seves condicions de servei i els seus mecanismes de revisió de continguts.

4.3. Les estratègies orientades a canviar percepcions i actituds

4.3.1. Les campanyes contra el discurs de l'odi a Internet

Atenent al seu contingut i orientació específica, aquestes campanyes poden categoritzar-se en tres tipus: de sensibilització, afirmatives o restrictives². Abans d'examinar aquesta tipologia, s'examinarà per la seva centralitat i abast la campanya *Vivint junts online: acció i campanya contra el discurs de l'odi* (campanya *No Hate*), llançada pel Consell d'Europa (COE) al març de 2013.

a) La campanya *No Hate* del Consell d'Europa

La campanya *No Hate* s'emmarca dins de l'esforç del COE de promoure els drets humans a Internet. L'objectiu principal d'aquesta campanya és mobilitzar als joves europeus, creant un moviment social (*No Hate Speech Movement*) que contribueixi a reduir el nivell d'acceptació d'aquest tipus de discurs.

Aquesta campanya s'ha reproduït a nivell nacional a través dels Comitès Nacionals de Campanya. Aquests Comitès reuneixen a les principals parts interessades a cada país i segueixen les Directrius proporcionades pel COE per mantenir la coherència general

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."

de la campanya. Fins al moment, s'han format més de 40 Comitès, tant als països membres del COE com en altres països com Estats Units, Mèxic o el Marroc.

Aquesta campanya també s'ha portat a l'àmbit local, a través de la sèrie d'activitats presencials que han tingut lloc en diverses ciutats europees. A més, la ciutat d'Estrasburg ha col·laborat activament amb el COE, que té allí la seva seu, per engegar un pla d'acció local i un grup de suport de la campanya. Malgrat això, fins al moment no hi ha hagut un moviment específic de ciutats o xarxa de ciutats que recolzi explícitament la campanya.

b) Una tipologia de campanyes

A més de la campanya *No Hate* del COE, al llarg del territori europeu s'han dut a terme altres campanyes d'abast més restringit. Pel que fa al contingut i orientació específica d'aquestes campanyes, aquestes poden categoritzar-se en tres tipus:

- Les **campanyes de sensibilització**, que pretenen conscienciar al públic sobre el discurs de l'odi i les seves conseqüències. En l'àmbit espanyol, destaca la campanya "Internet sense riscos", engegada per l'Àrea de Joventut del Cabildo Insular de Tenerife i l'objectiu de la qual és sensibilitzar contra la propagació del ciberodi i el ciberassetjament masclista.
- Les **campanyes afirmatives**, que tenen com a objectiu presentar a les minories de manera positiva al públic general per prevenir comportaments discriminatoris. Alguns exemples són la campanya britànica "L'Islam és Pau" (*Islam is Peace*), centrada a desmuntar els prejudicis sobre aquesta religió i els seus practicants; o, en l'àmbit espanyol, la campanya *#YoNoSoyTrapacero*, que denuncia la imatge negativa dels gitanos que difon la Real Acadèmia Espanyola (RAE).
- Les **campanyes restrictives** tenen com a objectiu recollir informació sobre pàgines o accions *online* basades en contingut intolerant i prendre mesures per restringir aquesta activitat. Un exemple seria la campanya internacional "Fem fora els trols" (*Get the Trolls Out*), posada en marxa per diverses organitzacions amb l'objectiu de restringir el discurs de l'odi antisemita a Internet.

4.3.2. Les estratègies contra el discurs de l'odi a Internet basades en l'educació i la formació

Un altre grup d'estratègies per combatre l'odi a Internet són les basades en l'educació i la formació. Sense ànim d'exhaustivitat, aquestes iniciatives poden classificar-se en dos grans grups: d'una banda, les que estan orientades a educar i formar a la població en general, per al desenvolupament del que s'ha conceptualitzat com a "ciutadania digital"; i, d'altra banda, les iniciatives destinades a dotar a persones ja conscienciades i activistes amb les aptituds necessàries per actuar més eficaçment en el mitjà online.

a) El pensament crític i la reflexió com a eines clau contra el discurs de l'odi a Internet

Amb la centralitat que en els últims anys han adquirit Internet i les xarxes socials com a

forma de comunicació s'ha posat de manifest que les estratègies educatives han d'incloure la promoció d'aptituds com la recepció crítica dels missatges i l'empoderament en la creació de continguts. Per aconseguir aquesta posada al dia, s'ha proposat la noció de "ciutadania digital", que pretén adaptar el concepte d'educació per a la ciutadania, incorporant al mateix el coneixement i aptituds necessàries per interaccionar en el mitjà digital.

Algunes iniciatives contra el discurs de l'odi s'han centrat a desenvolupar aquestes aptituds a través de la realització de cursos de formació i del desenvolupament d'eines pedagògiques específiques. Alguns exemples serien, d'una banda, el projecte de formació "Prevenició del discurs de l'odi a Internet" (*Prevention of online hate speech*) del Centre Europeu Wergeland de Noruega; o, d'altra banda, el projecte pedagògic "Sense odi: quelcom que us importa" (*NO HATE - Ce qui vous regarde*), realitzat per l'associació belga Loupiote i en el marc del qual es van celebrar una sèrie de tallers contra el ciberodi amb joves, que incloïen el desenvolupament d'eines pedagògiques disponibles *online*.

b) Formant a ciberactivistes: algunes estratègies específiques dirigides a la formació de col·lectius ja conscienciats

També s'han dut a terme iniciatives destinades específicament a empoderar a les persones ja conscienciades o victimitzades amb aptituds específiques que els permetin actuar més eficaçment en línia. En efecte, empoderar a activistes és l'objectiu principal del projecte *Gent jove combatent el discurs de l'odi a Internet*, que forma part de la campanya *No Hate* i que pretén formar a joves i associacions juvenils en les competències necessàries per reconèixer i actuar contra el discurs de l'odi i involucrar-los en el llançament de la campanya. Seguint la mateixa filosofia, i en l'àmbit espanyol, cal destacar el taller "Com actuar davant el discurs de l'odi en Internet", realitzat en el marc del Projecte Online contra la Xenofòbia i la Intolerància en mitjans digitals (Proxi), portat a terme per l'Institut de Drets Humans de Catalunya i United Explanations.

BIBLIOGRAFIA

- 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 a: https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/Hate_speech_report-ID-files--final.pdf
- Bustos Gisbert, Rafael. 2015. "Libertad de expresión y discurso negacionista", a *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 a: <http://freespeechdebate.com/en/discuss/nineteen-arguments-for-hate-speech-bans-and-against-them/> (Consultat 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, a *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 a:
 - 2016. "Informe 2015 Sobre Incidentes Relacionados Con Los Delitos de Odio En España". Disponible a: <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, numéro 13.
- Revenga Sánchez, Miguel. 2015. "Los discursos del odio y la democracia adjetivada: tolerante, intransigente, ¿militante?", a *Libertad de Expresión y discursos del odio (op.cit)*.
- Rey Martínez, Fernando. 2015. "Discurso del odio y racismo líquido", a *Libertad de Expresión y discursos del odio (op. cit)*.
- Rodríguez Izquierdo, Myriam. 2015 "El discurso del odio a través de Internet", a *Libertad de Expresión y discursos del odio (op. cit)*.
- Ruiz, Carlos, Pere Masip, Josep Lluís Micó, Javier Díaz-Noci, y David Domingo 2010 "Conversación 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", a *Libertad de Expresión y discursos del odio (op. cit.)*.

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