

El silencio frente al antisemitismo

JONATHAN J.

BAR SHUALI

BENNO

HERZOG

INFORME:

2022

2023



FEDERACIÓN
DE COMUNIDADES JUDÍAS
DE ESPAÑA

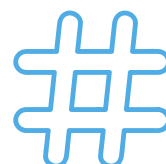


OBSERVATORIO
ANTISEMITISMO

UCV



ECUDEM
European Institute of
Education for
Democratic Culture



Los autores del presente informe desean agradecer a la Junta Directiva de la Federación de Comunidades Judías de España y a D. Isaac Benzaquén el haber hecho posible la materialización de este estudio. Del mismo modo expresamos nuestra gratitud a la Dra. Carlota Matesanz Sanchioli y a D. Esteban Ibarra Blanco por su colaboración.

No queremos dejar de mencionar la predisposición y ayudas ofrecidas por parte del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir al permitir el desarrollo de la beca predoctoral "La detección de discursos de odio en RR.SS."

Informe final del proyecto: *El silencio frente al antisemitismo* /
autores, Jonathan Jacobo BAR SHUALI (Universidad Católica de
Valencia San Vicente Mártir), Benno HERZOG (Universidad de
Valencia)

Valencia, julio de 2023

Esta edición digital es propiedad de la Federación de Comunidades Judías de España (<https://www.fcje.org/>) y del Observatorio de Antisemitismo de España (<https://observatorioantisemitismo.fcje.org/>). No tiene por objeto ningún tipo de ánimo de lucro. El uso y descarga del presente documento implica la correcta citación de sus autores y las entidades patrocinadoras. No se permite su reproducción sin previo consentimiento.

© de los textos: sus autores.

© de la edición: Federación de Comunidades Judías de España / Observatorio de Antisemitismo de España.

ISBN digital: 978-84-09-53930-7

Diseño gráfico: Jonathan Jacobo Bar Shuali.

Editado en: Valencia (España), 2023.

Esta edición ha sido posible gracias a la financiación de la Federación de Comunidades Judías de España para el desarrollo de un proyecto en el marco de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir bajo la supervisión del Instituto Europeo de Educación para la Cultura Democrática (European Institute of Education for Democratic Culture) y el profesor Benno Herzog.

Índice

Resumen del proyecto.....	1
Introducción.....	5
Antisemitismo: la dificultad de una definición.....	7
Discurso antisemita en las redes sociales.....	13
Objetivos de la investigación.....	15
Metodología.....	17
Resultados.....	23
Tipologías.....	29
Conclusiones.....	31

Resumen del proyecto

Resumen:

El discurso de odio representa una de las amenazas más importantes para las sociedades abiertas, diversas y tolerantes. Para la propagación de este fenómeno las redes sociales se han convertido en un nuevo espacio público con alta relevancia. Las aplicaciones digitales suponen una herramienta troncal de la que hacen uso también individuos afines a actitudes discriminatorias. Entre los diferentes discursos de odio, el antisemitismo se expone como uno de los más difíciles a tratar por su *versatilidad histórica*, es decir, la capacidad de adaptarse a diferentes eventos históricos, y su presencia en múltiples grupos sociales. El presente estudio no solo analiza el antisemitismo en las redes, también comprende la reacción y respuesta de las plataformas frente a las denuncias de los mensajes de odio antisemita.

Objetivos:

El objetivo de esta investigación es dar a conocer y comprender las reacciones de las diferentes plataformas de internet a las denuncias por diversos tipos de antisemitismo. Esto incluye el describir las respuestas de las plataformas, o la falta de ellas, y analizar posibles patrones en su ausencia.

Metodología:

Tomando por referencia los *community standards* de las distintas plataformas, así como la definición de la Alianza Internacional para la Memoria del Holocausto (IHRA) y consultando la experiencia de cuatro expertos en la materia del antisemitismo, se ha procedido a denunciar a las plataformas diversas tipologías de mensajes de odio antisemita. El presente proyecto analiza el perfil de estos mensajes, además de las reacciones ante estos incidentes por parte de las empresas. Mediante un rastreo a través de palabras clave se ha *detectado y denunciado* entre noviembre de 2022 y mayo de 2023 un total de 400 mensajes de odio antisemitas en las principales redes sociales: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter y YouTube.

Resultados:

De 400 publicaciones en las diferentes plataformas que se han estudiado, 206 incidentes recibieron una resolución negativa, 116 no obtuvieron ninguna reacción por parte de las plataformas en la fecha de cierre del proyecto, 76 fueron positivos y 2 borrados por el propio autor. Destaca la presencia de odio antisemita en Twitter, plataforma ya conocida por su contenido político y polémico. El total de los tweets antisemitas recibió más de 10 millones de visualizaciones. Preocupan los más de 1,5 millones de visitas de odio antisemita en TikTok, plataforma especialmente consultada por un público joven y cuya velocidad en la generación de nuevos contenidos dificulta su reflexión crítica.

En total, los mensajes más eliminados por parte de las plataformas (en un 22% de los casos) han sido aquellos que empleaban simbología nazi. Por otro lado, los *posts* que recurrían al *viejo antijudaísmo cristiano* no fueron retirados en ninguno de los casos. Es preciso señalar el hecho de que, como consecuencia de los pocos incidentes estudiados de odio antisemita en todas las plataformas a excepción de Twitter, los resultados que se exponen en esta investigación deben ser interpretados con mucha precaución. En este sentido, las cifras y tasas aportadas pueden variar dependiendo del contexto social y político en el que se recopilen, además de por el periodo de tiempo que se destine a su búsqueda.

Conclusiones:

En todas las plataformas las empresas propietarias fallaron en proteger a los usuarios en más de tres de cada cuatro casos de claro antisemitismo.

Los resultados plantean importantes preguntas sobre cómo se puede actuar frente al odio en las redes sociales para evitar que el antisemitismo se siga propagando y para proteger a sus víctimas. Los numerosos informes sobre esta temática abarcan todo tipo de ideas. Destacan en especial las del *Center for Countering Digital Hate* (CCDH), desde cerrar grupos antisemitas, excluir hashtags, eliminar las cuentas de aquellas personas que manden mensajes abusivos, o responsabilizar a las distintas redes sociales del daño que causan las publicaciones que se alojan en ellas. De igual modo, se recomienda contratar, entrenar y apoyar a moderadores para detectar y eliminar el odio antijudío en internet.

En esta investigación se ha visto que, en algunos casos, más de la mitad de las denuncias ni siquiera fueron tratadas por las plataformas. En España, las autoridades competentes

elaboraron en 2015-2016 el Protocolo para Combatir el Discurso del odio Ilegal en Línea y firmaron junto con las principales empresas el Código de Conducta para la Lucha contra el Discurso del Odio Ilegal en Internet, todo ello formando parte de una estrategia para combatir el odio *ilegal* en las redes sociales españolas. Así, por ejemplo, las empresas tecnológicas se comprometen a revisar la mayoría de los avisos que soliciten una retirada de una manifestación de *incitación ilegal al odio* en menos de 24 horas, o tener un procedimiento claro y eficaz para responder a estas notificaciones.

El presente estudio cuestiona la efectividad de las plataformas y, asimismo, denuncia la falta de compromiso de estos gigantes de las redes sociales con su promesa de eliminar todo espacio de odio y conflicto en internet.

Introducción

El discurso de odio representa una de las amenazas más importantes para las sociedades abiertas, diversas y tolerantes. Para la propagación de este fenómeno las redes sociales se han convertido en un *nuevo espacio público* con alta relevancia. Las aplicaciones digitales suponen una herramienta troncal de la que hacen uso también individuos afines a actitudes discriminatorias.

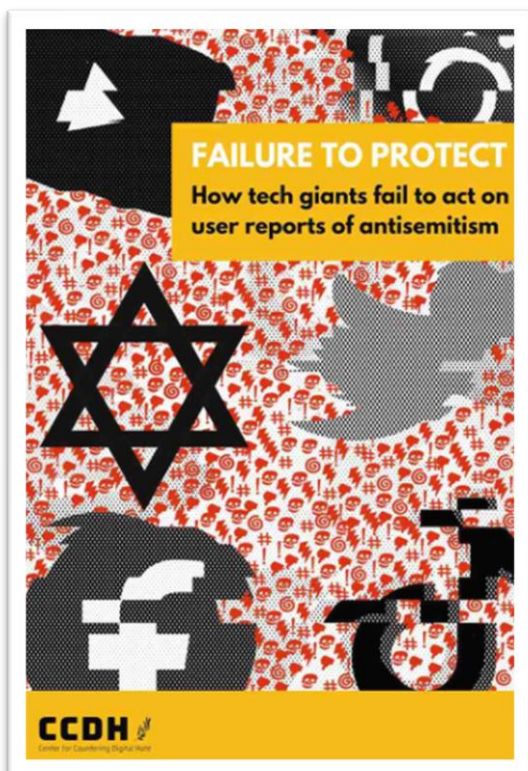
Por un lado, el anonimato ofrece al usuario la posibilidad de emitir *discursos tóxicos* sin poder ser responsabilizado de ello. Por otra parte, la amplia apertura de las principales redes sociales permite a un único mensaje de odio recibir miles, e incluso millones, de visitas en muy poco tiempo; se trata de una expansión potencial del odio individual y social nunca visto hasta ahora.

En numerosas ocasiones el diseño de la lógica algorítmica de estas plataformas contribuye a la difusión de *mensajes tóxicos*. Asimismo, muchas de las aplicaciones analizadas atraen especialmente a un público joven y todavía poco reflexivo en el tratamiento de información potencialmente dañina.

Entre los diferentes discursos de odio el antisemitismo se expone como uno de los más difíciles a tratar por su *versatilidad histórica*, es decir, la capacidad de adaptarse a diferentes eventos históricos, y su presencia en múltiples grupos sociales. Además, el estereotipo antisemita sobre los judíos como poderosos dificulta históricamente percibir a los propios judíos como víctimas. Ello produce el que se subestime de manera sistemática el odio antisemita.

Al mismo tiempo cabe destacar el *antisemitismo abierto*, el cual quedó proscrito después de la Segunda Guerra Mundial y las atrocidades del Holocausto (Shoá). No obstante, el antisemitismo sobrevive en forma de insinuaciones, códigos culturales y palabras sustitutorias en la sociedad del tiempo presente.

El *Center for Countering Digital Hate* (CCDH), una ONG con sedes en Reino Unido y Estados Unidos, realizó en 2021 un estudio bajo el título *Failure to protect — How tech giants fail to*



*act on user reports of antisemitism*¹ (véase imagen arriba izquierda). En este último, se destacó una considerable pasividad por parte de las empresas propietarias de las principales plataformas a la hora de actuar frente al discurso de odio en redes.

En este sentido se plantea realizar una investigación comparativa en el ámbito de los discursos de odio en lengua castellana a través de las principales plataformas digitales. La diferencia idiomática es quizás la menor de todas, más pueden llegar a pesar cuestiones socio-culturales y políticas. Diferentes historias, distintas memorias

históricas y múltiples tipologías presenciales de la población judía en el espacio público y su consciencia colectiva, probablemente, producen percepciones desiguales en el mundo contemporáneo; tanto sobre los judíos como sobre la virulencia del antisemitismo. A este hecho se le debe sumar otra realidad: las distintas culturas y tradiciones políticas difieren en su forma de equilibrar la necesaria libertad de expresión y la igualmente importante protección de grupos vulnerables o minoritarios².

Por ello surge la necesidad investigadora y moral de realizar un estudio en castellano que analice no solo el antisemitismo en las redes sociales, sino también, y sobre todo, la reacción de las plataformas frente a las denuncias de los mensajes de odio. En esta línea, el objeto del presente trabajo es el de ofrecer respuesta a la cuestión sobre si las plataformas en España reflejan una eficaz protección al usuario frente al discurso de odio antisemita en internet.

¹ En castellano: "Falta de protección — Cómo los gigantes tecnológicos no actúan sobre denuncias de usuarios sobre antisemitismo". Véase su página web oficial: Center for Countering Digital Hate. (2023). *Our work*. <https://counterhate.com/our-work/>

² Bleich, E. (2011). *The freedom to be racist? How the United States and Europe struggle to preserve freedom and combat racism*. Nueva York: Oxford University Press.

Antisemitismo: la dificultad de una definición

El antisemitismo es la hostilidad o el odio hacia los judíos. Esta definición puede parecer muy clara en un primer momento, pero si queremos concretar en qué consiste esta hostilidad o este odio, o cómo se expresa, resulta más difícil encontrar definiciones unívocas en el espacio académico y popular³. El odio antisemita puede expresarse en actos violentos y hasta desembocar en un genocidio, en vandalismo, pero también en *ofensas abiertas* o comentarios sutiles. Los propios actores sociales pueden no ser conscientes de sus prejuicios dañinos y negar a su vez cualquier odio frente a un grupo particular. Se deben diferenciar cinco formas comunes en las que se presenta el antisemitismo en la actualidad⁴:

- A) Antijudaísmo, antisemitismo tradicional o antijudaísmo cristiano. Hace uso de argumentos religiosos (históricos y presentes en su contexto) tales como la culpabilización de los judíos por la muerte de Jesús, empleando a su vez una gran cantidad de calumnias que narran desde rituales en los que se llevan a cabo asesinatos de niños cristianos, hasta responsabilizar a la comunidad judía de ciertas enfermedades y epidemias, el envenenamiento de pozos o el estereotipo de los judíos como avariciosos, vengativos y mentirosos.
- B) Antisemitismo racista o nacionalista de la extrema derecha. Este no identifica a los judíos principalmente como religión sino como raza. Les adscribe características inferiores y amenazantes para las demás naciones del mundo occidental. A menudo los judíos son descritos como *anti-raza* y un mal supremo.
- C) Antisemitismo islámico, se desarrolla a partir de los años 20 del siglo pasado. Vincula ideas del antisemitismo racista con elementos teóricos de la descolonización. Tiene como objeto de odio a Israel como Estado judío y al sionismo, y a menudo se extiende a los judíos que residen en otras ubicaciones.
- D) Antisemitismo antisionista, también tiene como objetivo principal al Estado de Israel y al sionismo. Al aprovechar argumentos del antisemitismo clásico cruza una delgada línea entre la crítica (independientemente de si esta es acertada o no) y la discriminación antisemita.

³ Para una visión más completa sobre dicha problemática (la definición del antisemitismo) véase: Marcus, K. L. (2015). *The Definition of Antisemitism*. Nueva York: Oxford University Press.

⁴ Herzog B. (2014). La sociología española y el antisemitismo: Entre prejuicios pasados y clave civilizatoria. *Política y Sociedad*, 51(3), 817-839.

- E) Antisemitismo democrático o secundario, se trata de una forma de antisemitismo cuyo origen se ubica tras la Segunda Guerra Mundial. Emplea los viejos estereotipos de los judíos como maestros del engaño, avariciosos y vengativos para culpabilizar a estos mismos de instrumentalizar el Holocausto, intentando sacar beneficios políticos y económicos de ello. Constituye un tipo de odio antisemita en el que se exculpa a los agresores y se incrimina a las víctimas.

Para alcanzar el cometido del presente estudio sobre los discursos antisemitas en las redes sociales resulta importante conocer las principales formas en las que se puede expresar el antisemitismo. Por su condena oficial después de la Segunda Guerra Mundial, el antisemitismo raras veces se expone de manera abierta. Más bien hace uso de *códigos culturales* para reproducirse sin tener que nombrar directamente a los judíos. Un claro ejemplo de estos códigos culturales pueden ser los conceptos de “usureros”, “sionistas”, “Israel”, y nombres de verdaderos o imaginados judíos tales como “Rothschild”, “Zuckerberg” o “Soros”. De esta forma, el odio a los judíos se puede transportar sin aparentar antisemita y sin tener que reconocer el propio antisemitismo.

Por ello es preciso entender la principal semántica antisemita que se comunica independientemente de las palabras concretas utilizadas. Esta semántica básica consiste en cuatro reglas⁵:

- A) Una diferenciación entre comunidad y sociedad, en la que los judíos (*lobby* sionista, Israel, etc.) no son capaces de formar una verdadera comunidad basada en la solidaridad, sino solo de crear unos vínculos interesados y meramente instrumentales.
- B) La descripción de los judíos como dotados de un enorme *poder* (económico, militar, político, mediático, etc.) que actúa desde la *conspiración*.
- C) La reversión agresor-víctima que confiere a los judíos la culpa por el antisemitismo o les acusa de instrumentalizar el antisemitismo para sus propios fines.
- D) La descripción del judío como una figura que amenaza el orden simbólico del mundo, categorizado nítidamente en razas, religiones y culturas. Los judíos son descritos

⁵ Holz, K. (2001). *Nationaler Antisemitismus. Wissenssoziologie einer Weltanschauung*. Hamburgo: HIS.

como la *anti-raza*, incapaz de mantener una cultura propia o de formar un pueblo o Estado como cualquier otra comunidad.

En el análisis del antisemitismo en redes sociales es relevante conocer las imágenes y los *códigos visuales antisemitas*⁶. En su conjunto condensan complejas ideologías dirigidas contra los judíos en ideas sencillas, fácilmente manejables y comunicables. Así, el viejo



estereotipo de que los judíos controlan el mundo (o los bancos, o los medios, etc.) se ha resumido tradicionalmente en la imagen del pulpo con sus muchos brazos, o de la araña que, con su red casi invisible, espera y atrapa a sus víctimas. De forma similar se observa la imagen del titiritero: un individuo que maneja a otros desde el poder, la distancia y la superioridad. En todos estos casos las complejas situaciones de injusticia social son descritas como los actos

conscientes de unos pocos (los supuestos judíos) sobre la mayoría.

Cuando se trata de visualizar rasgos físicos existen *formas visuales* con una larga tradición de estereotipos antijudíos. Nariz ganchuda (véase imagen arriba izquierda), labios abultados, hombres enfermizos o jadeando son algunas de estas características con las que se ha identificado a los judíos desde hace siglos. Hay una línea directa entre estas visualizaciones y la doctrina de la raza que crea una relación entre la supuesta apariencia de los judíos y su carácter imaginado como malvado. También resulta significativo que prácticamente la totalidad de las representaciones que atacan a los judíos los describen como a un varón blanco y con dinero. Se puede identificar en este hecho un ejemplo de cómo el antisemitismo incluye una vertiente sexista (pues invisibiliza a las mujeres judías), racista (ignorando a los judíos no-blancos) y clasista (al no hacer alusión a los judíos del sector terciario y a la clase trabajadora). Parece que solo así se puede mantener la idea del *judío todopoderoso* que maneja los destinos del mundo, y contra quien toda resistencia es poca y

⁶ Deitelhoff et. al. (2023). *Abschlussbericht. Germium zur fachwissenschaftlichen Begleitung der documenta fifteen*. https://www.documenta.de/files/230202_Abschlussbericht.pdf

justificada (véase imagen abajo izquierda). Se puede encontrar el recurso a estos estereotipos hoy en día en un gran abanico de posiciones ideológicas. El desconocimiento de su trasfondo y efecto antisemita no exime de la responsabilidad a quienes dibujan o distribuyen estas imágenes.



Quizás, la definición clara e inequívoca de un fenómeno tan complejo y cambiante como es el *antisemitismo* no sea ni posible ni deseable. Al definir el odio hacia los judíos no siempre se puede contemplar todos sus fenómenos que, aunque quizás no se identifiquen como un antisemitismo claro, sí pueden contribuir a una

reproducción más o menos sutil de los estereotipos antisemitas. Una de las definiciones que se emplean en el presente trabajo de investigación es la de la Alianza Internacional para la Memoria del Holocausto (IHRA son sus siglas en inglés). Esta ha sido adoptada por muchos organismos privados y públicos en toda Europa y, en julio de 2020, por el Gobierno español. El objetivo de este axioma que incluye múltiples ejemplos es el de tener a mano una herramienta de trabajo con la que una institución pueda decidir rápidamente sobre supuestos acontecimientos antisemitas. Hay que tener en cuenta que de esta forma se va más allá de lo que lo hace la legislación vigente sobre discriminación y odio a las minorías, pero al mismo tiempo dificulta la detección de casos más sutiles y normalizados de antisemitismo. La definición de la IHRA expone que:

“El antisemitismo es una cierta percepción de los judíos que puede expresarse como el odio a los judíos. Las manifestaciones físicas y retóricas del antisemitismo se dirigen a las personas judías o no judías y/o a sus bienes, a las instituciones de las comunidades judías y a sus lugares de culto.

(...)

Las manifestaciones pueden incluir ataques contra el Estado de Israel, concebido como una colectividad judía. Sin embargo, las críticas contra Israel, similares a las dirigidas contra cualquier otro país no pueden considerarse antisemitismo. A menudo, el antisemitismo acusa a los judíos de conspirar contra la humanidad y, a veces, se utiliza para culparles de que las cosas vayan mal. Se expresa a través del lenguaje, de publicaciones, de forma visual y de las acciones, y utiliza estereotipos siniestros y rasgos negativos del carácter.

Ejemplos contemporáneos de antisemitismo se observan, en la vida pública, en los medios de comunicación, en las escuelas, en el lugar de trabajo y en la esfera religiosa y, teniendo en cuenta el contexto general, podrían consistir en:

- pedir, apoyar o justificar muertes o daños contra los judíos, en nombre de una ideología radical o de una visión extremista de la religión,
- formular acusaciones falsas, deshumanizadas, perversas o estereotipadas sobre los judíos, como tales, o sobre el poder de los judíos como colectivo, por ejemplo, aunque no de forma exclusiva, el mito sobre la conspiración judía mundial o el control judío de los medios de comunicación, la economía, el Gobierno u otras instituciones de la sociedad,
- acusar a los judíos como el pueblo responsable de un perjuicio, real o imaginario, cometido por una persona o grupo judío, o incluso de los actos cometidos por personas que no sean judías,
- negar el hecho, el ámbito, los mecanismos (por ejemplo, las cámaras de gas) o la intencionalidad del genocidio del pueblo judío en la Alemania nacionalsocialista y sus partidarios y cómplices durante la Segunda Guerra Mundial (el Holocausto),
- culpar a los judíos como pueblo o a Israel, como Estado, de inventar o exagerar el Holocausto,
- acusar a los ciudadanos judíos de ser más leales a Israel, o a las supuestas prioridades de los judíos en todo el mundo, que a los intereses de sus propios países,
- denegar a los judíos su derecho a la autodeterminación, por ejemplo, alegando que la existencia de un Estado de Israel es un empeño racista,
- aplicar un doble rasero al pedir a Israel un comportamiento no esperado ni exigido a ningún otro país democrático,
- usar los símbolos y las imágenes asociados con el antisemitismo clásico (por ejemplo, las calumnias como el asesinato de Jesús por los judíos o los rituales sangrientos) para caracterizar a Israel o a los israelíes,
- establecer comparaciones entre la política actual de Israel y la de los nazis,
- considerar a los judíos responsables de las actuaciones del Estado de Israel.

Los actos antisemitas son considerados delitos en el momento de su tipificación (por ejemplo, la negación del Holocausto o la distribución de material antisemita en algunos países).

Los actos delictivos son considerados antisemitas cuando los objetivos de los ataques, ya sean personas o propiedades –como edificios, escuelas, lugares de culto y cementerios–, son seleccionados porque son, o se perciben como, judíos o relacionados con judíos.

La discriminación antisemita es la denegación a los judíos de oportunidades o servicios disponibles para otros, y es ilegal en muchos países”.

En cualquier debate sobre discursos de odio supone un punto importante y, al mismo tiempo difícil de encontrar, el equilibrio entre la lucha contra el odio en todas sus vertientes y la libertad de expresión. En una democracia diversa se debe permitir la publicación de opiniones polémicas y todo tipo de controversias; así como incluir el derecho a equivocarse. En este sentido, hasta qué punto esto incluye *la libertad de ser racista*⁷, lo cual es objeto de debates en curso y depende del contexto cultural, social y político de cada sociedad. Para este estudio se desea esclarecer que más allá de reconocer todo aquello considerado legalmente delictivo y codificado en el código penal español, existen herramientas como la ya mencionada definición de la IHRA para combatir el discurso de odio antisemita⁸. En este sentido es relevante el Plan Nacional para la Implementación de la Estrategia Europea de Lucha contra el Antisemitismo (2023-2030)⁹ que tiene como eje temático erradicar el antisemitismo *online* e incluye una colaboración con las plataformas de servicios de alojamiento de datos más importantes en España como son: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter o YouTube. Estas aplicaciones a su vez suelen disponer de un código propio de conducta para así evitar cualquier comunicación delictiva o tóxica. Tal y como demuestran algunas reflexiones de investigaciones previas, como el proyecto Europeo *Real-Up*¹⁰, existen muchas formas de lucha contra el discurso de odio más allá de la denuncia. Una de estas es la contestación en la misma plataforma (teniendo en cuenta el riesgo de alimentar a los troles o de dar más visibilidad a los discursos de odio), o la de crear narrativas alternativas desde la diversidad. No obstante, en la investigación que se presenta al lector solamente se contempla la posibilidad y la efectividad de la denuncia del discurso de odio antisemita frente a las propias plataformas.

⁷ Así se titula el trabajo de Bleich (2011). Véase nota 2.

⁸ En España el Movimiento Contra la Intolerancia edita los Cuadernos de análisis con números especiales que abarcan la cuestión antisemita. Asimismo, la Federación de Comunidades Judías de España organiza un encuentro anual con diversos académicos y especialistas.

⁹ Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática. (2023). *Plan Nacional para la Implementación de la Estrategia Europea de Lucha contra el Antisemitismo*. <https://www.lamoncloa.gob.es/consejodeministros/resumenes/Documents/2023/310123-PlanNacionalAntisemitismo.pdf>

¹⁰ Comisión Europea y *Real-Up*. (2021). *Discurso de odio, racismo y xenofobia: Mecanismos de Alerta y Respuesta, análisis del discurso Upstander*. <https://real-up.eu/>

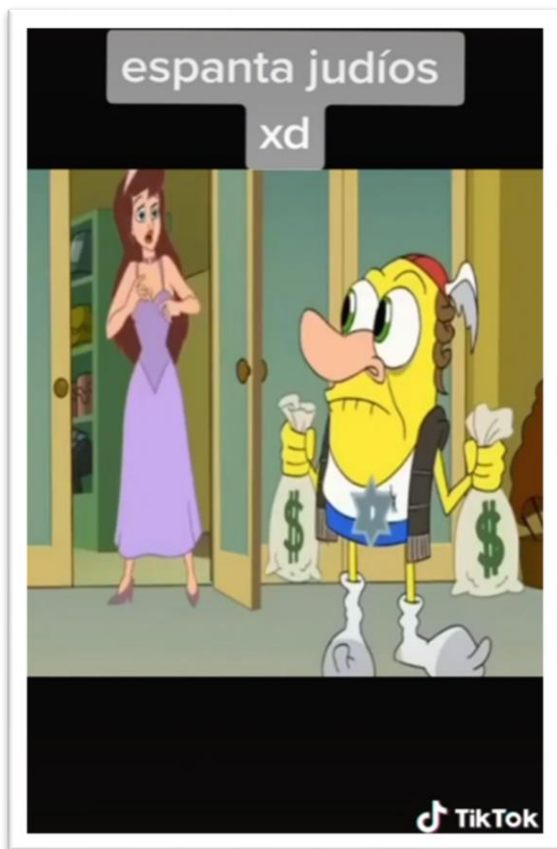
Discurso antisemita en las redes sociales

En el momento en el que desde las ciencias sociales y las humanidades se habla de *discursos* no se está haciendo únicamente alusión a un conjunto de palabras. Más bien, siempre se tiene en cuenta el cómo se materializan estos enunciados. La definición mínima de discursos como *actos institucionalizados de habla* indica que hacen o producen algo. Estos condenan, ofenden, prometen y, por ende, construyen relaciones sociales y negocian verdades; son prácticas sociales y tienen efectos reales, es decir, materiales. El interés del presente trabajo en los discursos de odio antisemitas es justamente un reflejo de que esta problemática no se reduce solamente a palabras. El antisemitismo en redes sociales forma parte de una estructura de discriminación con efectos denigrantes tangibles sobre la población judía.

La noción de *institucionalizado* de la definición *como actos institucionalizados de habla*, se refiere a las condiciones de la producción del discurso. Por un lado, no tienen su origen en un actor individual sino en un acervo social de conocimiento. Al igual que el lenguaje tiene una estructura gramatical y obliga a sus usuarios competentes a aplicarla, también los discursos tienen sus reglas que los individuos más que inventar y crear, aplican o repiten. Para el discurso antisemita esto significa que el antisemitismo no se origina en los hablantes, sino que suele hacer uso de un conocimiento social preexistente. La estructura semántica del antisemitismo que se ha abarcado en apartados previos es uno de estos ejemplos de *reproducción social del odio*.

Por otro lado, también existen *condiciones materiales* de reproducción de los discursos. Por ejemplo: los textos que aparecen en periódicos o redes sociales, en debates parlamentarios, sobre papel, de forma digital o como ondas en el aire. La posibilidad de ser recibidos depende del lugar desde donde se emitan. Para el caso que aquí se somete a estudio, una cuenta en una red social puede tener más o menos visibilidad, seguidores, *clicks* y *likes*. En este caso se debe hablar de una *arquitectura de la información*, haciendo especial hincapié en cómo el diseño de las plataformas y redes sociales ordena y presenta la inmensa cantidad de información que se encuentra almacenada en sus servidores. Forman parte de esta arquitectura los algoritmos que pueden fomentar o desalentar, visibilizar o esconder comunicaciones tóxicas.

En España, las autoridades competentes elaboraron en 2015-2016 el Protocolo para Combatir el Discurso del odio Ilegal en Línea¹¹ y firmaron junto con las principales empresas el Código de Conducta para la Lucha contra el Discurso del Odio Ilegal en Internet¹², todo ello



formando parte de una estrategia para combatir el *odio ilegal* en las redes sociales españolas. Así, por ejemplo, las empresas tecnológicas se comprometen a revisar la mayoría de los avisos que soliciten una retirada de una manifestación de *incitación ilegal al odio* en menos de 24 horas, o tener un procedimiento claro y eficaz para responder a estas notificaciones.

Ahora bien, es preciso reivindicar que el *odio ilegal* solo es la punta del iceberg de todo discurso sutil, implícito u oculto que no es punible, pero que no obstante forma

parte del dispositivo de reproducción del discurso antisemita. Por ello resulta importante desarrollar herramientas para reaccionar a este odio más sutil. Es aquí donde entra una particularidad del caso español: a pesar de que encuestas comparativas demuestran con regularidad que España es uno de

IMAGEN: Este vídeo distribuido vía TikTok expone la normalización de recursos antisemitas a través de la comedia y los *shows* televisivos, ello conlleva el rechazo de diversos reportes por parte de las plataformas.

¹¹ Gobierno de España. (2021). *Protocolo para Combatir el Discurso del Odio Ilegal en Línea*. https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/ficheros/ejes/discursoodio/PROTOCOLO_DISCURSO_ODIO.pdf

¹² VV.AA. (2016). *Código de Conducta para la Lucha contra el Discurso del Odio Ilegal en Internet*. https://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=42855

los países con mayor actitud antisemita de Europa, también es uno de los países en los que su población menos cree que el antisemitismo sea un problema real¹³. Solamente el 26% de los encuestados en España opina que el



antisemitismo es un problema en internet, incluyendo las redes sociales, frente al 51% de la media europea. La falta de percepción del antisemitismo como problema social provoca una

IMAGEN: Publicación antisemita alojada en Twitter por un usuario con ubicación en las islas Canarias.

preocupante ausencia de instrumentos para combatir específicamente el odio antisemita en nuestro país. En un análisis de 149 herramientas para combatir el odio *online* se concluyó que, en España, a diferencia de otros países, prácticamente no existen

herramientas frente a los discursos de odio que tengan en cuenta la particularidad del antisemitismo como forma propia de discriminación¹⁴. Es por ello por lo que el informe que se expone a lo largo de estas páginas entiende como una necesidad más que pertinente el analizar los discursos específicamente antisemitas en las redes sociales, así como la reacción de las plataformas frente a este odio.

Objetivos de la investigación

El objetivo de la presente investigación es exploratorio. Consiste en dar a conocer y comprender las reacciones de las diferentes plataformas de internet a las denuncias por diversos tipos de antisemitismo. Esto incluye el describir las reacciones de las plataformas o la falta de ellas y analizar posibles patrones en estas *no-reacciones*.

¹³ Así por ejemplo en los datos del Eurobarómetro de 2019 véase la siguiente información: Special Eurobarometer 484. (2018-2019). *Perceptions of antisemitism*.

<http://www.cde.ual.es/wp-content/uploads/2019/01/antisemitism-eurobarometer-484.pdf>

¹⁴ Véase el proyecto ya citado *Real-Up* en la nota 10.

Metodología

Este proyecto comienza con la selección de una serie de definiciones sobre lo que es y cómo se materializa el antisemitismo en redes sociales. Para ello se han seleccionado las normativas propias de las plataformas que serán objeto de estudio (Facebook, Instagram, TikTok, Twitter y YouTube): los *community standards*. Junto a estas regulaciones de convivencia en red se incorpora la ya citada más atrás definición de la IHRA, en su conjunto permiten al investigador establecer un cribado de potenciales casos de antisemitismo *online* publicados por diversos usuarios y organismos.

En este sentido, es importante que ambas definiciones se encuentren aceptadas por una amplia mayoría de la comunidad académica y los centros especializados¹⁵. Para alcanzar este punto ha sido preciso acudir a bibliografía cuya línea central de investigación sea el discurso de odio en redes sociales, así como a los más recientes informes alrededor de esta problemática en lo que respecta al fenómeno del antisemitismo; estos ya han sido citados en el apartado previo. Es por ello por lo que documentos tales como los sucesivos códigos de conducta en internet divulgados por la Comisión Europea (2016-2022), el protocolo publicado en 2017 por el Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia o el informe coordinado por Imran Ahmed, *Failure to protect – How tech giants fail to act on user reports of antisemitism* (2021), resultan fundamentales ya que establecen un precedente en el análisis del odio hacia la comunidad judía en redes¹⁶. En lo referente a las definiciones establecidas por las plataformas cabe destacar que Facebook e Instagram (pertenecientes a la misma corporación, Meta Platforms) comparten una definición prácticamente idéntica, a pesar de que el proceso de denuncia difiera en cierto sentido. Por su parte, TikTok (ByteDance) prácticamente no incide en la cuestión del odio al judío, hecho que puede contrastar con el notable esfuerzo que se observa en las políticas de convivencia de Twitter (X Corp. y Twitter, Inc.) donde, sin embargo, se observa que su algoritmo de detección falla

¹⁵ En los últimos años se han llevado a cabo encuentros internacionales de los que se ha podido extraer interesantes conclusiones para estudiar esta problemática. Una muestra de ello es el VI Seminario Internacional contra el Antisemitismo que se celebró en la Facultad de Educación de la Universidad Complutense de Madrid en noviembre de 2022. Disponible vía: https://www.youtube.com/watch?v=6hjl3Y_GSuk&t=735s

¹⁶ Merecen especial atención las “píldoras informativas” que publica el Observatorio de Antisemitismo. (2023). *Argumentos contra el antisemitismo*. <https://observatorioantisemitismo.fcje.org/publicaciones/> Asimismo la investigadora Carlota Matesanz Sanchioli (2022) dispone en la plataforma YouTube de una comunicación que recibe por título Herramientas digitales para la educación sobre el Holocausto y el antisemitismo: el papel de las empresas de redes sociales. Véase: <https://www.youtube.com/watch?v=Uakdlf0qn9w&t=1261s>

en cuestiones idiomáticas (véase el empleo de palabras en inglés y castellano en una misma oración). Por último, YouTube (Google Inc.), no incide de manera directa sobre el contenido antisemita o la negación de la Shoá, más bien señala que “la incitación al odio no está permitida” y esta se ve representada en etnia, “identidad y expresión de género”, nacionalidad, raza, religión, etc.

Una vez se han establecido las definiciones que se deben tomar como referencia y se han observado sus discrepancias, es preciso establecer una acotación cronológica del estudio. Para el presente informe e investigación, bajo el auspicio de la Federación de Comunidades Judías de España y la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir, se ha determinado empezar la búsqueda de casos antisemitas en las plataformas de Facebook, Instagram, TikTok, Twitter y YouTube entre el 24 de noviembre de 2022 (tras una primera prueba y rastreo de incidencias en octubre de 2022) y cerrar esta el 8 de mayo de 2023. En más de 5 meses se ha obtenido la cifra de 400 casos publicados por usuarios privados y entidades/asociaciones (en menor medida) divulgados o compartidos a través de las plataformas ya señaladas. Entre todos se localizan *posts* publicados entre febrero de 2022 y abril de 2023. Esto último implica que, a pesar de que algunos comentarios, vídeos o imágenes fueran subidos con anterioridad a noviembre de 2022, si fueron nuevamente compartidos desde esta última fecha en adelante se incluyen en el estudio.

El siguiente paso es el de seleccionar unas *keywords* o motores de búsqueda que permitan localizar las publicaciones relacionadas con actitudes antijudías o antisemitas. Tomando por ejemplo otros informes citados más arriba, se han recopilado las palabras clave que destacan diversas investigaciones como “más repetidas”. En un primer momento se tomó la decisión de hacer uso de 41 adjetivos, sustantivos y verbos (no siempre respetando la ortografía). La elección se fundamentó en el estudio ya citado del *Center for Countering Digital Hate*, la participación en estudios similares previos y la experiencia empírica de los investigadores. No obstante, en el proceso de búsqueda se ha observado que estos conceptos originales derivan en otros nuevos, como pueden ser referencias al grupo LGBTIQ+ o la propia familia Rothschild, además de palabras que denominaremos aquí como camufladas (comunes en el antisemitismo sutil) o modificadas por el propio usuario cuyo objetivo es el de eludir la eliminación del *post*.

Respecto a la recopilación de datos se ha seguido el proceso que sigue a continuación: A) detección de un posible caso de actitud antisemita en redes a través de las palabras clave, B) denunciar la publicación registrando fecha de su inserción en la plataforma (publicación original o compartido) además del día en el que se realizó el reporte y C) cuando se ha percibido que los revisores pudieran dudar en cuanto a su resolución se ha rellenado la caja de comentarios en la que Twitter (ya que otras plataformas no disponen de la misma) permite al denunciante expresar los motivos de su queja.

Judaísmo	Sionistas	Stopinvasion
Judío	Semitas	Palestina
Judíos	Masones	Gaza
Los judíos	Ebreos	Apartheid
Invasión	Hebreos	Yonocomproapartheid
Ocupación	Israelitas	Antisemitismo
Genocidio	Israel	Antijudaísmo
Genocidas	Israelíes	Raza
Sion	BDS	Racismo
Conspiración judía	Palestina libre	Holocausto
Judeofobia	Protocolos de los sabios de Sion	Holocuento-El Holocuento
Judíos asesinos	Asesinos de Cristo	Asesinos
Dinero	Invasores	Exterminar

PALABRAS CLAVE en una primera fase del estudio

En cada caso se ha querido incidir en si se trataba de un organismo o un particular, su ubicación geográfica (en España, fuera del país o un espacio desconocido), la fecha de publicación original y de denuncia, el número completo de *likes* o “me gusta”, compartidos, comentarios y visualizaciones, además de la red social en la que se haya alojada dicha publicación. Son igualmente una parte fundamental el conocer si el comentario que se analiza deriva de alguna polémica relacionada con el Estado de Israel y cuál sería su tipología de odio antisemita. En esta línea, se registran de igual modo palabras clave, hashtags, la URL, el estado de la denuncia y qué indicadores incumple el usuario (IHRA y RR.SS.). En conjunto, esta clasificación permite establecer, tras revisar varios incidentes, un patrón de conducta entre los individuos en redes con actitudes en contra de los judíos,

además del hecho de ser capaces de vincular una publicación en redes sociales a un acontecimiento sociopolítico que se haya podido dar en esas mismas fechas.

115.Usuario	Ubicación	Fechas	Visualizaciones, likes o compartidos	Tipología de antisemitismo	¿Se ve relacionado con Israel?	Red social
Independiente	Desconocido	10-01-2023 16-01-2023	24 compartidos, 44 likes, 2065 visualizados	Conspiraciones	No	Twitter

Keywords: Judíos, Invasión masiva, Raza, Gobernar.

Link al post:

Resolución de la denuncia:

¿Contraviene definición IHRA? sí

¿Contraviene normativas RR.SS.? sí

Ambas: sí

Las tipologías suponen, como es evidente, una parte esencial del estudio. En este caso se ha optado por seguir un modelo similar al que establece el CCDH (2021).

De este modo, todos los incidentes registrados en Facebook, Instagram, TikTok, Twitter y YouTube se han clasificado en las categorías que siguen: banalización o negación del Holocausto, supuestas conspiraciones judías, representaciones racistas del pueblo judío, simbología nazi, comentarios o hechos de violencia contra judíos (aquí podría destacarse desde el clásico antisemitismo islámico a todo tipo de comentarios peyorativos destinados a incentivar discursos de odio), estereotipos (avariciosos) y mitos clásicos de origen cristiano sobre los judíos (asesinato de Cristo o matanza de niños).

Para corroborar que las diferentes publicaciones incumplen las normativas de las RR.SS. o de la propia IHRA abarcando alguna de estas categorías, todos los casos han sido remitidos a dos especialistas externos pertenecientes al *Birkbeck Institute for the Study of*

IMAGEN: En el proceso de denuncia se debe enfatizar en que se trata de una incitación al odio o una negación del Holocausto. Este último hecho se debe a que las redes sociales y sus *community standards* prácticamente no disponen de categorías propias de cara al antisemitismo para reclamar una incidencia. Esta tabla expone el modelo de clasificación del caso N.º 115 para los miembros del proyecto.

Antisemitism y al Movimiento contra la Intolerancia. A estos se les planteó, asimismo, la cuestión sobre si, en primer lugar, las publicaciones contravienen las reglas que el presente informe emplea como criterio de selección y, en segunda instancia, si observaban alguna referencia a un posible *antisemitismo sutil o camuflado*.



Una de las mayores problemáticas a las que se ha tenido que hacer frente en el transcurso del estudio es el cambio de resolución por parte de las plataformas. Tras un periodo de 1 a 2 semanas de media casos cuyas denuncias fueron rechazadas volvían a ser valorados llegando posteriormente nuevas notificaciones con un resultado positivo. A este hecho se le debe sumar el que algunos

usuarios eliminaron sus publicaciones para, de este modo, evitar una penalización contra su perfil (bloqueo de cuentas o eliminación de estas). Finalmente, de 400 publicaciones en las diferentes plataformas que se han estudiado, 206 incidentes recibieron una resolución negativa, 116 no obtuvieron ningún parecer en la fecha de cierre del proyecto, 76 fueron

IMAGEN: Ejemplo de tweet antisemita. Al buscar a través de la palabra clave *judío*, el apellido *Rothschild* aparece en numerosas ocasiones en la plataforma Twitter. Se observa la idea de que los judíos dominan el mundo y todos tienen los suficientes recursos económicos y políticos para condicionar lo que los usuarios denominan *Orden Mundial*.

positivos y 2 borrados por el propio autor. Cabe destacar que de las 76 denuncias aceptadas 32 resoluciones habían sido consideradas como negativas por la propia plataforma en una primera evaluación. Por otro lado, desde el proyecto se han realizado reuniones semanales en las que se han descartado

numerosos casos que, al no cumplir los requisitos mínimos para ser considerados como antisemitas, se ha optado por no incluirlos en el presente estudio. Sin embargo otros casos que se podrían calificar del ya citado *antisemitismo sutil*, a pesar de no verse recogidos en la definición de la IRHA, sí que se han visto representados en este trabajo.

En una sesión con los evaluadores externos se llegó a la conclusión de que algunos de los usuarios emplean un discurso muy selectivo y concienciado. A través de una comparación entre las evaluaciones de los expertos se han identificado los casos que bajo su criterio debían ser (o no) comprendidos como actos de odio antisemita reflejados en la definición de la IRHA y que, a su vez, a ojos de los miembros del proyecto este hecho no era evidente. Es decir, dentro del análisis general se ha buscado debatir sobre las discrepancias, lo cual a su vez es reflejo de las diversas interpretaciones que un evaluador puede ofrecer para un caso determinado de antisemitismo en red. En este sentido, un mismo vocablo según el contexto, el usuario y su fin puede entrar (o no) en la definición de la *International Holocaust Remembrance Alliance*. Entre otros aspectos el equipo de trabajo enfatizó en cómo la definición de la IRHA incide en la lucha contra la negación del Holocausto, pero no en la banalización del mismo. Además, se concluyó que la propia definición expone ciertos vacíos, lo que puede desembocar en que los expertos no coincidan en sus evaluaciones.

Por último es preciso incidir en el hecho de que, a pesar de que muchos de los casos no hayan sido eliminados y sus autores dados de baja de las aplicaciones, es importante resaltar la idea de que una notificación continuada a lo largo de varios meses a una plataforma haciéndole saber la infracción de sus normativas, producirá que esta última implante mejoras en sus sistemas de detección de discursos de odio.

Resultados

En total se han realizado 400 denuncias de mensajes antisemitas que a fecha de cierre del estudio recibieron un mínimo de casi 12 millones de visualizaciones.

PLATAFORMA	PUBLICACIONES	VISUALIZACIONES
Twitter	336	10.238.084
TikTok	27	1.563.427
Facebook	26	179
Instagram	6	No consta
YouTube	5	180.231

TOTALES: 400 publicaciones y 11.981.921 visualizaciones



Por la baja incidencia del odio antisemita en todas las plataformas a excepción de Twitter, todos los porcentajes expuestos en las siguientes tablas se tienen que interpretar con mucha precaución. Destaca la presencia de odio antisemita en

IMAGEN: En ambas imágenes se exponen *posts* antisemitas compartidos por la afición argentina en el transcurso del Mundial de Qatar de 2022.

la red Twitter, plataforma ya conocida por su alto contenido político y polémico. Además, la plataforma se encontraba durante el periodo de estudio en un proceso de reestructuración, que también apunta a favorecer la libertad de expresión a costa de una política clara contra noticias falsas y discursos de odio. Los tweets antisemitas han recibido más de 10 millones de visitas. Preocupan los más de 1,5 millones de visitas de odio antisemita en TikTok, plataforma especialmente consultada por un público joven y cuya velocidad en la generación de



nuevos contenidos dificulta su reflexión crítica. Hay que tener en cuenta que a lo largo del periodo de análisis se han sucedido algunos *eventos discursivos* de especial relevancia que han producido un gran número de odio antisemita con una misma o similar línea temática entre sí. Uno de estos eventos es el partido de fútbol masculino entre las selecciones argentina y polaca en el Mundial de Qatar 2022 (noviembre). Los jugadores polacos fueron comparados o descritos con fines peyorativos con los judíos en la Shoá, por su parte, el equipo argentino era animado con simbología nazi para derrotar a su oponente.

Otro ejemplo de un evento discursivo en España es el tweet con fecha de 1 de febrero de 2023 del profesor universitario y exsecretario del proceso constituyente del partido político Podemos: Juan Carlos Monedero (véase imagen arriba



En respuesta a @MonederoJC

Que razón tenía Hitler sobre los Judíos malditos

derecha). En su publicación compara la política de Israel con el nacionalsocialismo, lo cual, según la IHRA es considerado antisemitismo. Ahora bien, el autor del post no lo relaciona de una manera directa sino indirectamente lo que, en un plano formal, permite negar el propio acto de antisemitismo.

No obstante, se observa en este comentario un ejemplo de lo que se podría denominar como un *silbato de perros*. Este término hace referencia a “una comunicación que utiliza unos códigos que no pueden ser entendidos por todos de la misma manera (...). Desde los estudios sobre el antisemitismo conocemos muchas de estas insinuaciones que atraen a los antisemitas, aunque siempre se pueda negar la intención discriminatoria”¹⁷.

¹⁷ Herzog, B. (2023, Enero). Silbato para perros. *Observatorio de Antisemitismo*. <https://observatorioantisemitismo.fcje.org/wp-content/uploads/2023/02/Benno-Herzog-Silbato-para-perros.pdf>

En el presente informe se ha determinado que el tweet citado ha funcionado como silbato de perros, ya que este atrae a una gran cantidad de comentarios y usuarios de corte antisemita.

PLATAFORMA	DENUNCIAS	SIN RESOLUCIÓN	DENUNCIAS ACEPTADAS	DENUNCIAS RECHAZADAS
Twitter	336 (84%)	28%	21,4%	50,6%
YouTube	5 (1,3%)	0%	20%	80%
Instagram	6 (1,5%)	0%	14,3%	85,7%
TikTok	27 (6,8%)	65,2%	7,4%	55,6%
Facebook	26 (6,5%)	73,1%	0%	26,9%

Denuncias según su mayor índice de estado de resolución

Al analizar los datos según la resolución recibida cabe destacar que algunas de las plataformas parecen no resolver los casos denunciados, a pesar de haberse comprometido a ofrecer una respuesta en un tiempo mínimo. En las publicaciones alojadas en Facebook y TikTok los casos no resueltos ascienden a 73,1% y 65,2% respectivamente. En todas las plataformas el antisemitismo claramente detectado por cuatro especialistas fue retirado o eliminado solo en una minoría de los casos. El porcentaje de las denuncias aceptadas es 0% en el caso de Facebook, hasta 21,4% en el de Twitter. En otras palabras: en todas las plataformas el porcentaje de denuncias rechazadas o directamente no tratadas es claramente superior frente a las denuncias aceptadas alcanzando el 100% en el caso de Facebook, más del 80% en el caso de Instagram y YouTube, y solamente en Twitter es ligeramente inferior al 80%. Si antes se ha dicho que Twitter es la plataforma donde más odio se ha podido detectar, también es la plataforma que más denuncias frente al odio antisemita acepta.

El análisis por tipología de odio antisemita expone variaciones según el modelo de discurso de odio. Sobresale el hecho de que los mensajes cargados de mitos clásicos de origen cristiano no han sido penalizados ni retirados por las plataformas en ninguno de los casos. El odio con más resoluciones positivas era aquel que hacía uso de simbología nazi, por otro lado este último es el más fácil de rastrear.

Entre los distintos mensajes de odio sometidos a revisión es posible observar que el porcentaje de denuncias aceptadas en España y en un espacio castellanoparlante es

superior en Instagram, Twitter y YouTube, pero inferior en Facebook y TikTok. Por su parte, muchos de los reportes realizados por los autores del presente estudio fueron rechazados en un primer momento, aunque posteriormente la plataforma en cuestión tomó la decisión de emitir una segunda evaluación y proceder a la destrucción de estos contenidos de incitación al odio antisemita. Este hecho puede revelar otro concepto fundamental, y este es que, según el evaluador o administrador, se aplican criterios ligeramente diferentes a la hora de interpretar las normas y los mensajes.

TIPOLOGÍA	CASOS	RESOLUCIÓN POSITIVA	RESOLUCIÓN NEGATIVA O SIN RESPUESTA
Simbolismo nazi	9 (2,25%)	22%	78%
Conspiraciones	147 (36,75%)	20%	80%
Violencia / Odio	76 (19%)	18,5%	81,5%
Estereotipos y difamación popular	44 (11%)	16%	84%
Negacionismo	38 (9,5%)	15,7%	84,3%
Banalizar el Holocausto	53 (13,25%)	15%	85%
Imágenes racistas	22 (5,5%)	14%	86%
Mitos clásicos de origen cristiano	11 (2,75%)	0%	100%

Denuncias según su mayor índice de estado de resolución y tipología

Si se comparan los resultados del presente estudio con los obtenidos por *Center for Countering Digital Hate* (2021), teniendo en cuenta que las cantidades totales de casos recopilados varían entre ambos informes, el CCDH expone que en el espacio angloparlante la mayoría de las publicaciones se ven relacionadas con desear el mal a los judíos con un 30,7%. Esta cifra se ve seguida de un 29,8% que representa a las imágenes y caricaturas racistas publicadas por usuarios antisemitas.

En cambio, en el contexto hispanoparlante destacan las teorías sobre una posible conspiración judía para hacerse con el orden mundial o provocar el mal en otras naciones. Esta tipología de odio antisemita supera el 30% frente a 11,5% por los usuarios de lengua

inglesa. En el caso del *Center for Countering Digital Hate* se expone que la mayor tasa de resoluciones positivas se dio en la plataforma TikTok con un 13,5%, hecho que contrasta con los resultados que se exponen aquí en los que solo se ha logrado obtener un 7,4% de denuncias afirmativas en la misma red.

PLATAFORMAS	PROYECTO	CCDH
Twitter	21,4%	6,6%
YouTube	20%	9,6%
Instagram	14,3%	5,4%
TikTok	7,4%	13,5%
Facebook	0%	3,9%

Comparación entre los resultados de reportes aceptados del presente proyecto y la investigación del *Center for Countering Digital Hate* (CCDH) en 2021

Tipologías

A modo de breve muestra en el siguiente apartado se pretende exponer y explicar algunos casos que, a pesar de

Anti semita? Neta? Decir una verdad ? Eso es antisemita jajajaja dijo la verdad los judios controlan todo en usa

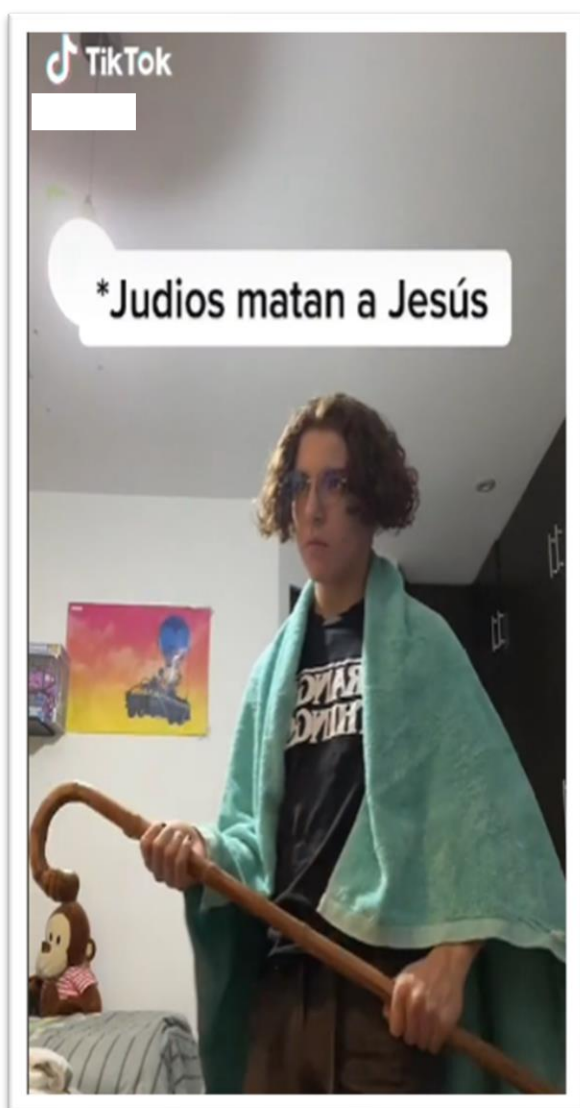
ser identificados como antisemitas por parte de cuatro expertos en la materia, han recibido una resolución negativa. Es decir, la plataforma no ha intervenido contra los mensajes ni contra las cuentas desde las cuales se emitieron tales publicaciones. En primer lugar se muestra la clásica teoría de la conspiración (véase imagen arriba derecha). Según esta los judíos controlan el mundo, o al menos los puestos de poder político, mediático o militar.

En el transcurso del presente estudio se han localizado diversos ejemplos en los que se

afirma que los judíos controlan a Estados Unidos, incluso acusaciones de que la comunidad judía se encuentra detrás del capitalismo o del bolchevismo, ambos movimientos imaginados no como sistemas sino como *conspiraciones personales*.

En la plataforma TikTok (véase imagen abajo izquierda), muy utilizada por personas jóvenes, se repite la calumnia de que los judíos mataron a Jesús. La imagen de los judíos como deidades subraya una vez más el enorme poder que el antisemitismo atribuye a los judíos.

Otro aspecto del antisemitismo en red que ofrece numerosas dificultades al investigador es el humor. Entre las 400 publicaciones recopiladas gran parte se articulaban en base a comentarios



burlescos o chistes que de manera directa banalizaban el Holocausto (véase imagen arriba derecha). Es por ello por lo que el presente trabajo comprende estos comentarios como antisemitas contando con la aprobación y el soporte de los evaluadores externos. En estas imágenes o *memes* no se niega el genocidio, pero sí lo convierte en un episodio sobre el que se puede reír y comediar. Se trata de un desprecio hacia el colectivo judío, hacia los supervivientes y a los asesinados en los campos y guetos.



Los memes de tipo *antisemitismo antisionista* (véase imagen abajo izquierda) son abundantes en la plataforma Twitter. En estas publicaciones se vincula la política del Israel actual con la de los nacionalsocialistas alemanes en los años 30 y 40 del siglo XX. Según la



definición de la IHRA y de los expertos consultados, estos *posts* constituyen un claro caso de antisemitismo. De hecho se trata de un antisemitismo por partida triple: A) las imágenes demonizan la política de Israel y con ello se encuentran más allá de toda crítica legítima. B) Por otro lado

banalizan el nacionalsocialismo y la Shoá. C) Y finalmente crean una inversión de los papales víctima y agresor. Las primeras se convierten en el supuesto agresor (legitimando así nuevos ataques contra los judíos). Se debe señalar que algunos de los *posts* expresaban un contenido muy ambiguo, en dos de los casos analizados se detectó discrepancia entre los evaluadores consultados.

Conclusiones

En todas las plataformas de redes sociales examinadas las empresas fallaron en proteger a los usuarios en más de tres de cada cuatro casos de claro antisemitismo. Estos resultados plantean importantes preguntas sobre cómo se puede actuar frente al odio en la red y de qué modo se puede evitar que el antisemitismo se siga propagando, lo que a su vez remite a la cuestión sobre cómo proteger a las víctimas. En este sentido, el *Center for Countering Digital Hate*, ya recomendó en 2021 cerrar grupos antisemitas, excluir hashtags antijudíos o clausurar las cuentas de aquellas personas reincidentes que publicasen mensajes abusivos. De igual modo este último organismo recomendó contratar, entrenar y apoyar a moderadores para detectar y eliminar el odio a los judíos. En la presente investigación se ha observado que más de la mitad de las denuncias ni siquiera fueron tratadas por las plataformas. Esto contraviene claramente las propias promesas que estas corporaciones adquirieron de revisar la mayoría de las notificaciones que soliciten una retirada de una manifestación de incitación ilegal al odio en menos de 24 horas. Otra propuesta del CCDH es hacer que las plataformas asuman la responsabilidad del daño que causan los mensajes que se publican a través de ellas.

Al mismo tiempo este informe ha demostrado que las denuncias a veces tienen éxito. Esto pone en el foco de la atención también a los usuarios. Son ellos los que deben colaborar en el proceso de la denuncia del odio antisemita. Además, se expone un hecho que no destacan otros estudios: la existencia de casos de denuncias que fueron rechazadas en un primer momento y que con posterioridad han sido aceptadas. Este último punto es un claro síntoma de que el criterio empleado por las empresas de redes sociales no siempre es uniforme, y que la denuncia reiterada puede tener un efecto positivo para eliminar el odio antisemita en internet. Los usuarios como clientes de estas aplicaciones tienen también muchas otras posibilidades de intervenir. Pueden presionar a los políticos de su comunidad, a las plataformas o a los anunciantes para crear un ambiente menos tóxico en el espacio público *online*. Y por supuesto la lucha contra el odio antisemita excede con creces a las plataformas digitales. También la política, la policía, los medios de comunicación y la educación están llamados a tomar parte en este problema real y actuar en consecuencia.

© 2023



El silencio frente al antisemitismo

**UN ESTUDIO SOBRE LA CAPACIDAD DE ACTUACIÓN DE LAS
EMPRESAS DE REDES SOCIALES FRENTE A LOS DISCURSOS
DE ODIIO ANTISEMITAS**



FEDERACIÓN
DE COMUNIDADES JUDÍAS
DE ESPAÑA



OBSERVATORIO
ANTISEMITISMO

UCV



ECUDEM
European Institute of
Education for
Democratic Culture

