



ANTISEMITISMO EN LA WEB

DECLARADO DE INTERÉS INSTITUCIONAL POR LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Informe anual 2020



Introducción

En un año sin dudas singular, caracterizado por el aislamiento preventivo y las restricciones impuestas por los gobiernos de casi todo el mundo para frenar la pandemia de COVID 19, **el rol de las redes sociales y el espacio virtual se vio revitalizado**. Desde el segundo trimestre del 2020 gran parte de las interacciones sociales de la ciudadanía fueron mediante la virtualidad, dando lugar allí tanto a las más honrosas causas como lamentablemente también a la reaparición de viejos prejuicios y discursos antisemitas.

Las teorías conspirativas estuvieron a la orden del día, y no fueron solo contra los judíos, acusados de ser supuestos dominadores del mundo que sacan provecho económico de las desgracias ajenas. En efecto, durante el año 2020 los discursos de odio han sido protagonistas de la agenda pública internacional.

El surgimiento del COVID 19 en Wuhan acarrió nuevos discursos de odio hacia migrantes asiáticos, así como también teorías conspirativas sobre el origen del Coronavirus. Pero a su vez el asesinato de George Floyd, las manifestaciones del colectivo *Black Lives Matter* y la toma del Capitolio norteamericano por parte de adeptos a la conspiración QAnon¹, entre otros grupos políticos, obligaron a reflexionar sobre la discriminación en sus diversas manifestaciones.

A su vez, el pasaje a la virtualidad de un gran número de actividades dio lugar al surgimiento de nuevas formas de ataques antisemitas, entre ellas el *zoombombing*. Este fenómeno, que consiste en una intrusión indeseada y perturbadora a una video conferencia en la plataforma Zoom, se registró con mensajes antisemitas en escuelas, clubes y diversas instituciones comunitarias a lo largo del año.

Ante este panorama, cabe destacar que en el último año diversas empresas, organismos gubernamentales y multilaterales han tomado nota de la problemática y se disponen, al menos en cuanto a intenciones, a regular el tipo de contenido que circula en internet. Entre ellas, por ejemplo, Facebook ha tomado por política prohibir las publicaciones que nieguen o distorsionen el holocausto judío. Si bien aún las nuevas regulaciones no han entrado en plena vigencia, es sin dudas un paso hacia adelante en la eliminación de los discursos de odio.

Asimismo Mercado Libre, la empresa de comercio electrónico más importante de Latinoamérica, también ha avanzado en sus regulaciones, mediante un acuerdo de trabajo conjunto con el Congreso Judío Latinoamericano que busca reforzar el intercambio de información, conocimientos técnicos y experiencias ante posibles contenidos que fomenten la discriminación e ideologías de supremacía racial dentro de la plataforma. La red social de origen chino Tik Tok también se encuentra abocada a mejorar su entorno de interacción con políticas contra los discursos de odio y su promoción.

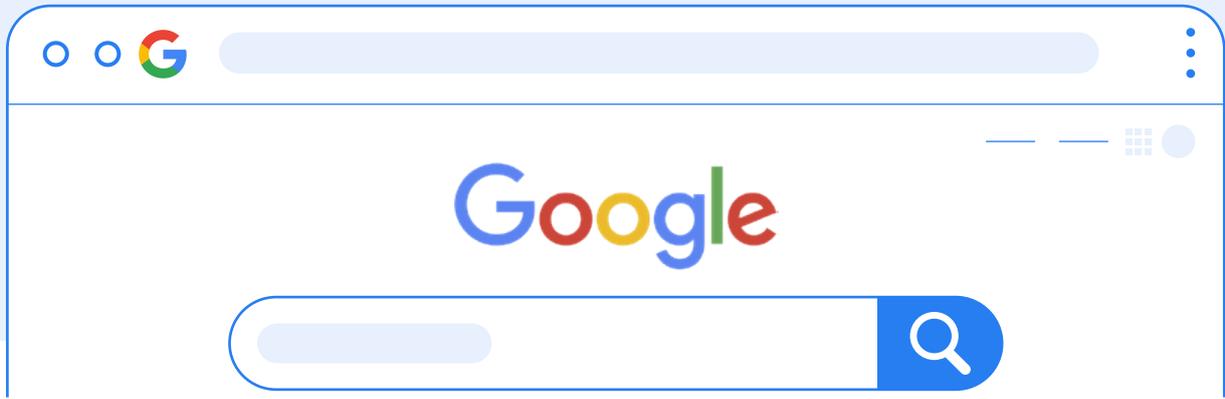
Tal como venimos sosteniendo, para analizar la problemática del antisemitismo resulta fundamental contar con información estadística a fin de comprender este fenómeno en todas sus dimensiones. En este contexto de un aumento de la virtualidad contamos con una oportunidad única para acceder a datos empíricos en gran volumen, de los cuales el presente informe busca sacar provecho.

A continuación, se muestran los resultados del análisis de contenido publicado durante 2020 en diversas plataformas, tales como:

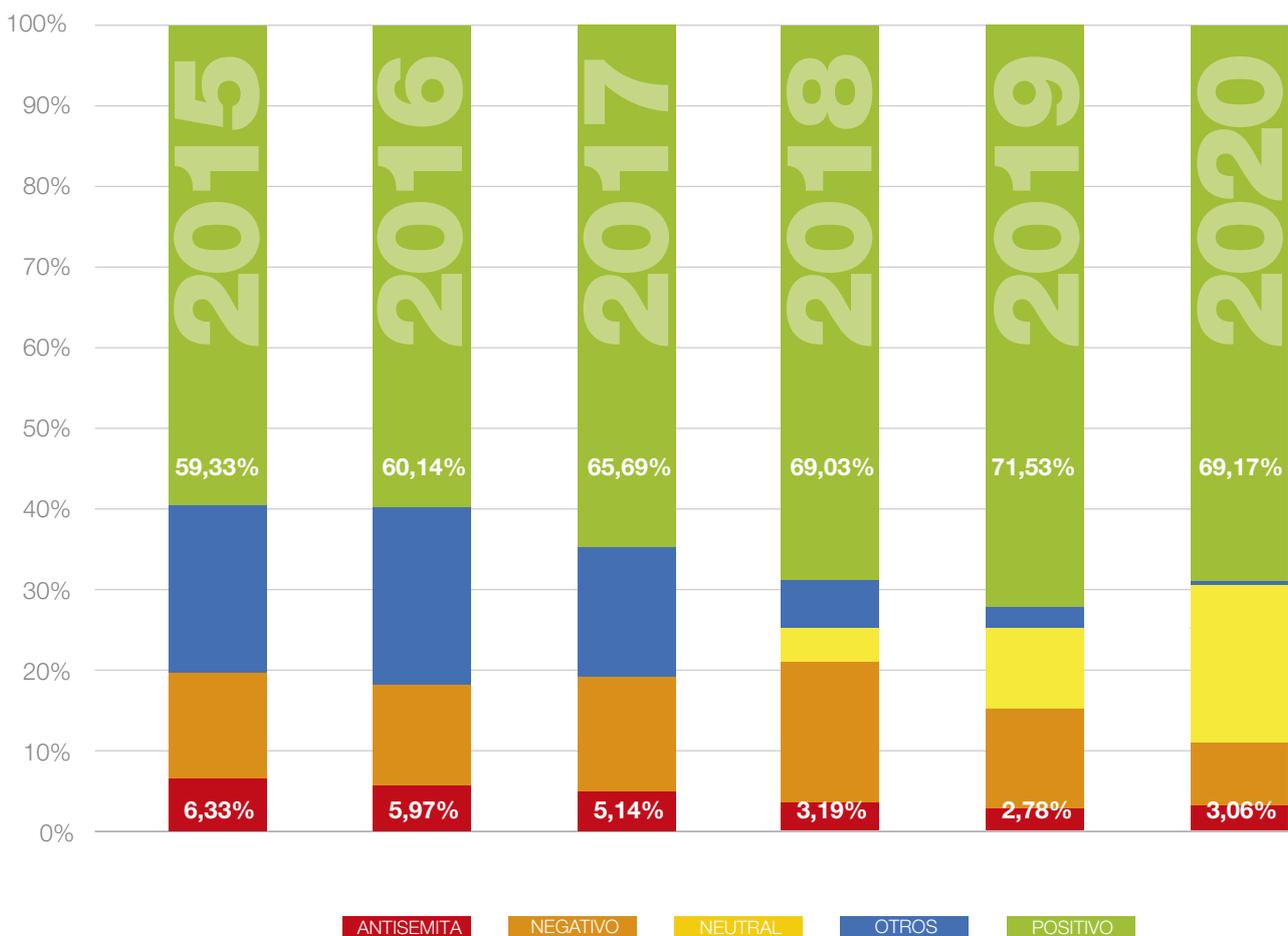
- Google
- YouTube
- Comentarios de diarios digitales de Latinoamérica
- Facebook
- Twitter

Se establecen comparaciones con los cinco años anteriores con el fin de entender si los discursos antisemitas en las redes sociales se han mantenido, aumentado o disminuido en términos cuantitativos y de qué modo se han visto transformados por la pandemia.

1 - <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-45053116>



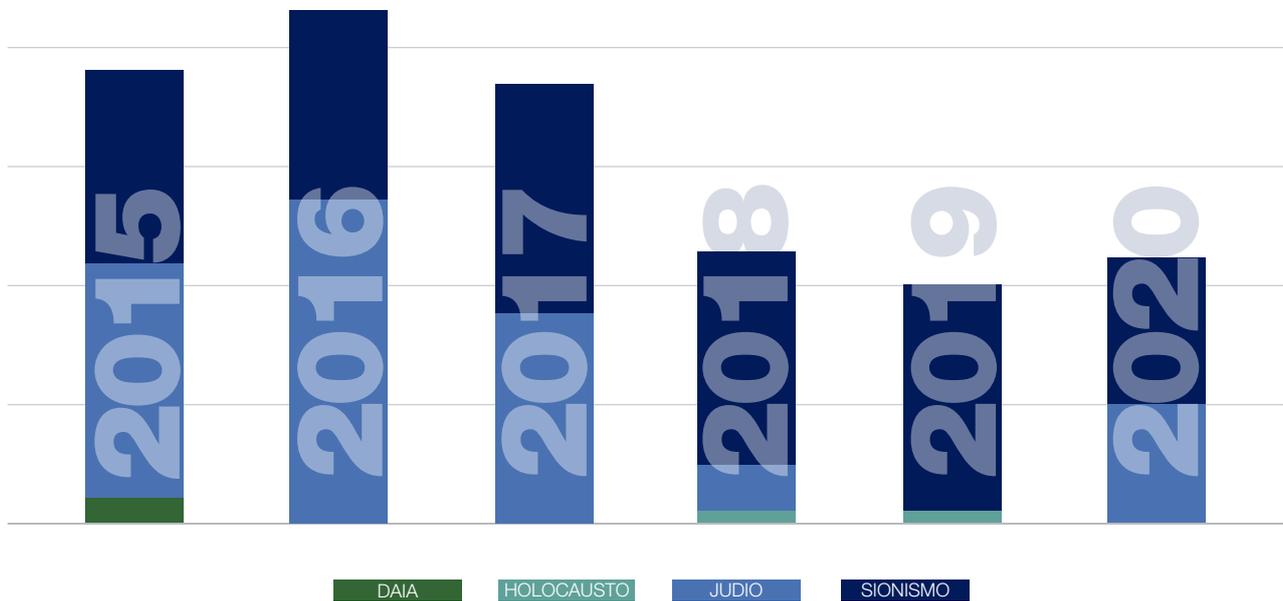
Google es el buscador más reconocido y utilizado en el mundo en términos de cantidad de usuarios y búsquedas realizadas. Para analizar el contenido antisemita allí presente se relevan los principales resultados en búsquedas relacionadas a temáticas judaicas, y **se observa un leve repunte del antisemitismo respecto de 2019**, aunque continúa por debajo del promedio de los últimos 5 años. Asimismo, si se puede ver **un marcado descenso de los resultados que, sin ser antisemitas, presentan una imagen negativa de Israel y el mundo judío.**



Análisis de resultados de Google. Periodo 2015-2020



A continuación, se analizan los primeros diez resultados de las búsquedas de las palabras “judío”, “sionismo”, “holocausto”, “DAIA” y “AMIA”, **el 3,06% del contenido se categoriza como antisemita**, y se encuentra principalmente vinculado a las palabras “judío” y “sionismo”; sin encontrarse casos de resultados antisemitas relacionados a “holocausto”, “DAIA” y “AMIA”.



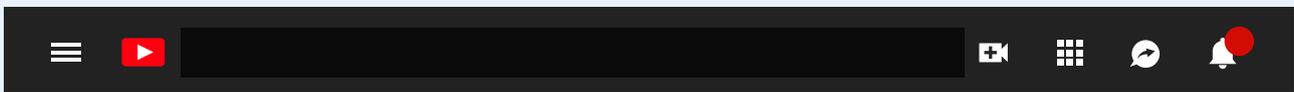
Análisis de resultados de Google. Periodo 2015-2020

En términos comparativos se observa un **fuerte aumento del antisemitismo** vinculado a las búsquedas de la palabra “judío” en relación con los dos años anteriores, aunque se registran valores inferiores que los del periodo 2015 a 2017. Por otra parte, en cuanto a la palabra “sionismo” existe un descenso del **47% de los contenidos antisemitas**.

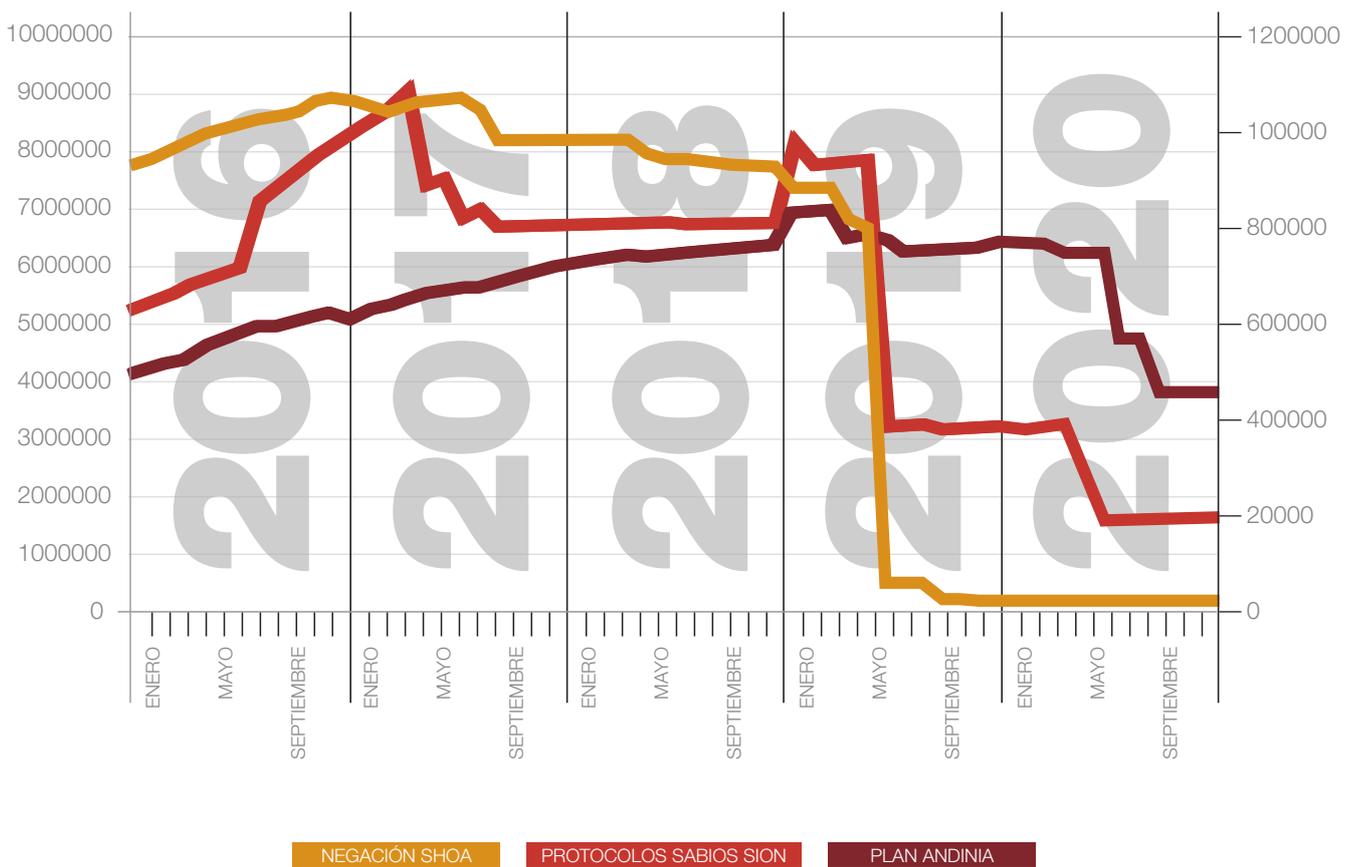
En relación al tipo de plataforma donde se encuentra alojado el contenido antisemita, se observa una disminución en la plataforma YouTube y, por el contrario, un incremento en los comentarios en medios de comunicación.



Análisis de resultados de Google con contenido antisemita. Periodo 2015-2020



Desde el año 2016 el Observatorio Web realiza un **análisis de las visualizaciones y valoraciones de videos antisemitas en YouTube**. En junio de 2019 la compañía realizó un cambio de políticas² con relación a discursos de odio y una gran cantidad de videos fueron eliminados de la plataforma, lo cual se refleja en el número de visualizaciones. Los videos que permanecen online están mayormente relacionados a teorías conspirativas como el “Plan Andinia”, que hasta el momento la plataforma no considera como antisemita. Sin embargo, como se observa en el gráfico a continuación, **durante el 2020 se han ido eliminando paulatinamente algunos de los videos con contenido discriminatorio**.



Análisis de resultados de YouTube. Periodo 2016-2020

2 - Comunicado oficial de YouTube: <https://youtube.googleblog.com/2019/06/our-ongoing-work-to-tackle-hate.html>



Examinando la calificación de los usuarios a los videos antisemitas existe un leve aumento en el porcentaje de valoraciones positivas, pasando de un 82% en el año 2016 a un 93% en el año 2020. Esto muestra que una parte importante de quienes tienen prejuicios antisemitas mantienen una participación activa en la plataforma. En cuanto a sus visualizaciones, se observa un crecimiento promedio del 0,43% en todas las categorías analizadas, siendo la negación del Holocausto la que conlleva un mayor crecimiento, el 0,8%.

Por su parte, analizando los primeros 10 resultados que arrojan las búsquedas en YouTube que contienen palabras o conceptos relacionados a la temática judía encontramos que el 10,19% de este material posee contenido antisemita, mientras que el 61,1% son contenidos “positivos”.

En los videos analizados se pueden categorizar los contenidos antisemitas en 4 grupos:

- **Publicados por grupos de extrema derecha.**
- **Publicados por canales relacionados directa o indirectamente con la República Islámica de Irán.**
- **Videos de diversos autores que establecen conspiraciones en línea con los Protocolos de los Sabios de Sion.**
- **Videos que mayormente giran en torno a la discriminación social prometiendo “secretos del judaísmo” para adquirir riquezas o bienestar económico.**

Cabe destacar que, dentro del sistema de categorías esbozado muchas veces distintos grupos se sirven de estrategias discursivas similares para fundamentar sus posiciones antisemitas. Solo por tomar un ejemplo, vemos como tanto el canal TLV1 de extrema derecha y Telesur utilizan argumentos que ubican al sionismo como ideología que busca implantar un orden mundial.





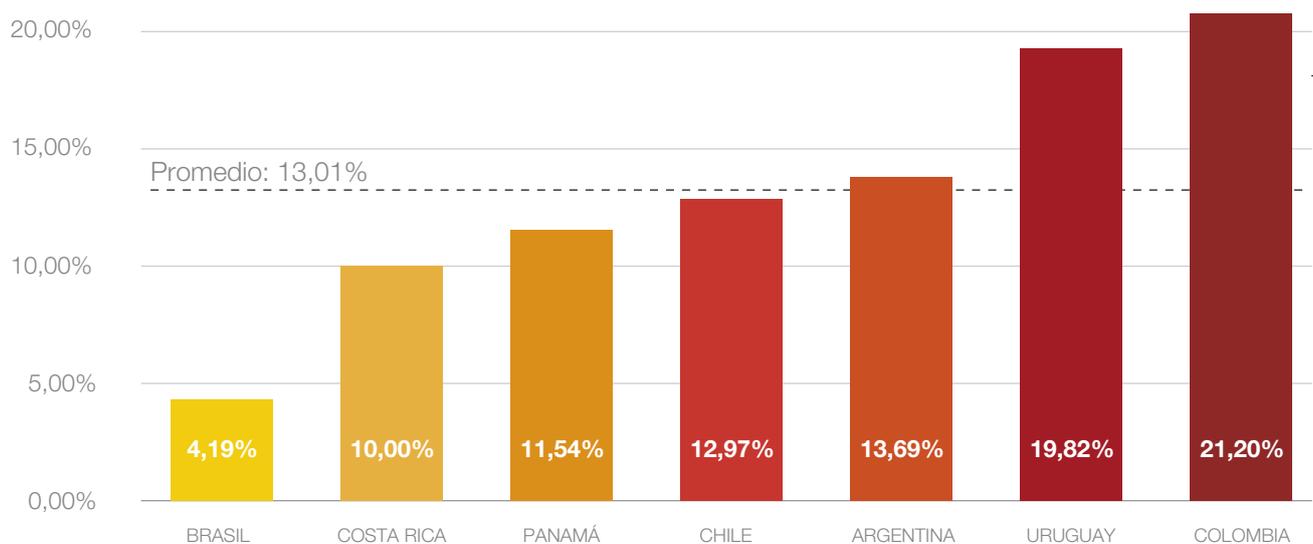
Comentarios de lectores en medios digitales



Durante el año 2020 **se analizaron comentarios en 26 medios digitales** de 7 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Panamá y Uruguay, tal como se ve reflejado en el cuadro que se presenta a continuación.

País	Notas analizadas	Promedio comentarios por nota
Argentina	795	27
Brasil	307	11
Chile	184	32
Colombia	90	10
Costa Rica	23	1
Panamá	62	5
Uruguay	243	5
Total: 1.703		Promedio General: 13

En los artículos analizados, un **13,10% de los comentarios son “antisemitas”**. El siguiente grafico muestra desagregado por país el porcentaje de comentarios antisemitas relevados.

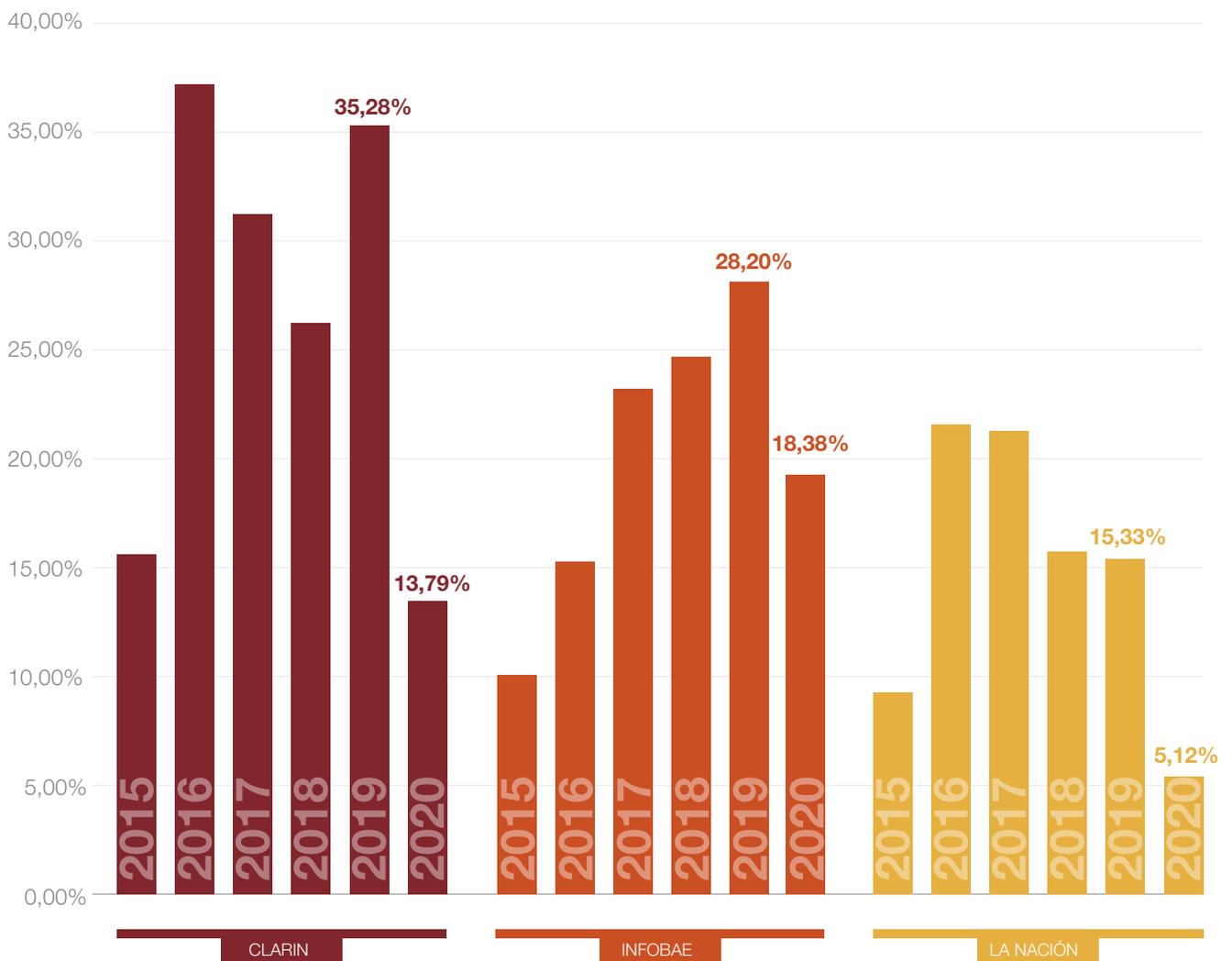


Porcentaje de comentarios es calculado sobre la base total de comentarios. Análisis de comentarios antisemitas año 2020.



Colombia, Uruguay y en menor medida Argentina se encuentran por encima del promedio latinoamericano de antisemitismo. Los comentarios de este tipo se encuentran mayormente en los artículos periodísticos relacionados a Israel, representando un 25,34% del total, seguido de artículos sobre el COVID y el Holocausto, en un 22,57% y 19,10% respectivamente.

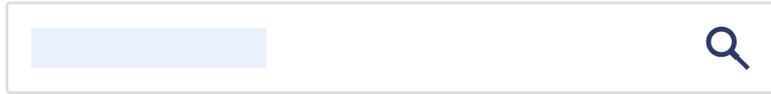
En el caso de Argentina, donde este análisis se realiza desde 2015, se observa que el portal digital Clarín ya no es el medio con mayor porcentaje de comentarios antisemitas. Allí se registra un fuerte descenso en esta categoría: en 2019 un 35,28% de los comentarios en los artículos relevados eran antisemitas, y en 2020 solo lo son un 13,79%. Infobae por su parte, también muestra una tendencia a la baja, pero en menor medida, pasando de 28,20% a 18,38% del año 2019 a 2020. Por último, La Nación demuestra menor cantidad de resultados antisemitas que los medios anteriores, con un 5,12% de comentarios de este tipo.



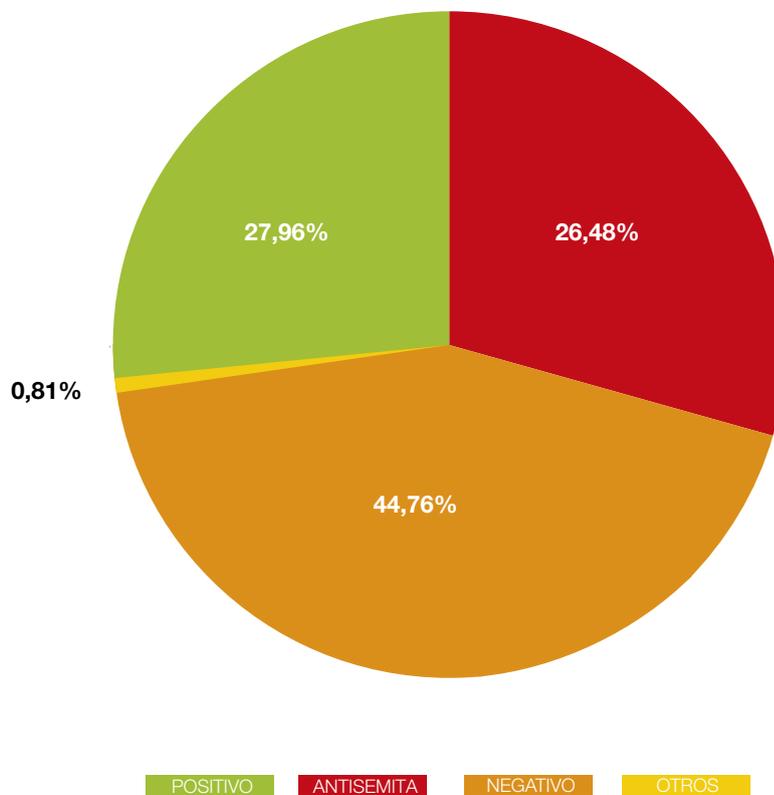
Análisis de comentarios antisemitas, Argentina 2015-2020.



facebook



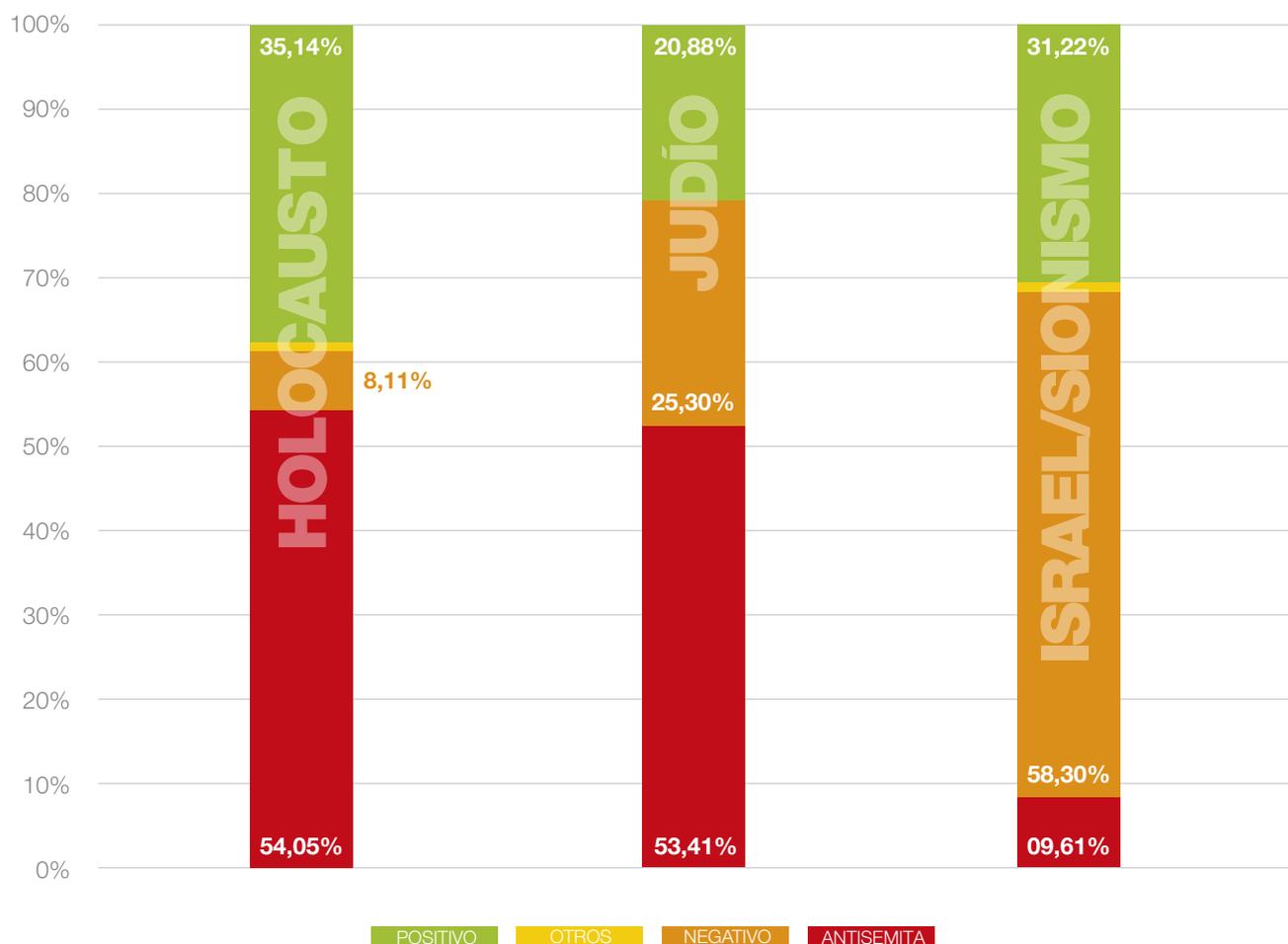
Facebook es la principal red social, con más de 2.700 millones de usuarios totales hacia fines de 2020. Allí se analizaron, en las páginas de los principales diarios digitales de Latinoamérica³, comentarios que contenían palabras vinculadas a temáticas judaicas, **hallándose un 26,48% de contenido antisemita.**



Análisis de comentarios en Facebook 2020.

Los comentarios antisemitas se encuentran principalmente en aquellos posts que contienen el término “judío”, de los cuales un 53,41% lo utilizan de modo peyorativo, y en segundo lugar en los que contienen la palabra “holocausto”, en un 54,05%.

3 - Se analizaron comentarios en: El espectador, El País, El Universal, El tiempo, Infobae, La Tercera, Milenio, Radio Bio Bio, Subrayado, TN Todo Noticias.



Análisis de comentarios en Facebook 2020.

Analizando los comentarios que contienen las palabras “Israel” o “sionismo” se observa que las expresiones de los usuarios giran mayormente en torno a la crítica de Israel en un 58,3%, en muchos casos utilizando Israel y sionismo indistintamente.

Sin embargo, en dichos posts también es posible encontrar discursos antisemitas, por ejemplo, en aquellos comentarios que hacen paralelismos entre las políticas de Israel y aquellas del nazismo, y en los que se refieren a “los sionistas manejan la banca”.

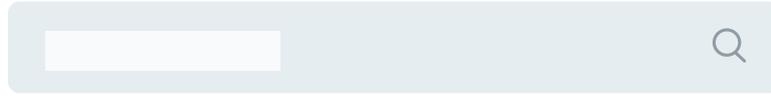
Dentro de la categoría “judío”, por su parte, el 53,41% de los comentarios analizados se compone de expresiones antisemitas. Entre ellos los argumentos más recurrentes están en línea con libelos tradicionales que caracterizan a los judíos como tacaños, o que destacan referencias físicas a modo discriminatorio, como por ejemplo la nariz aguileña. Asimismo, se pueden encontrar apelaciones a teorías conspirativas tales como que los judíos en general o ciertos judíos prominentes en particular buscan poder y dominar al mundo.

Por su parte, los comentarios negativos relacionados con el término “judío” se componen mayoritariamente reclamos hacia sectores que no respetaban las restricciones sanitarias impuestas por los gobiernos locales sin contener libelos antisemitas.

En cuanto a los comentarios vinculados a la palabra “holocausto”, un 54,05% se categorizan como antisemitas, y remiten principalmente a la negación del genocidio, con frecuencia relacionados con la palabra “holocuento”. Sin embargo, otro 8,11% de los comentarios se clasifican como negativos, y consisten en críticas por la invisibilización de otros genocidios. Los comentarios positivos hacen referencia al recuerdo del holocausto, así como a la solidaridad con el pueblo judío.

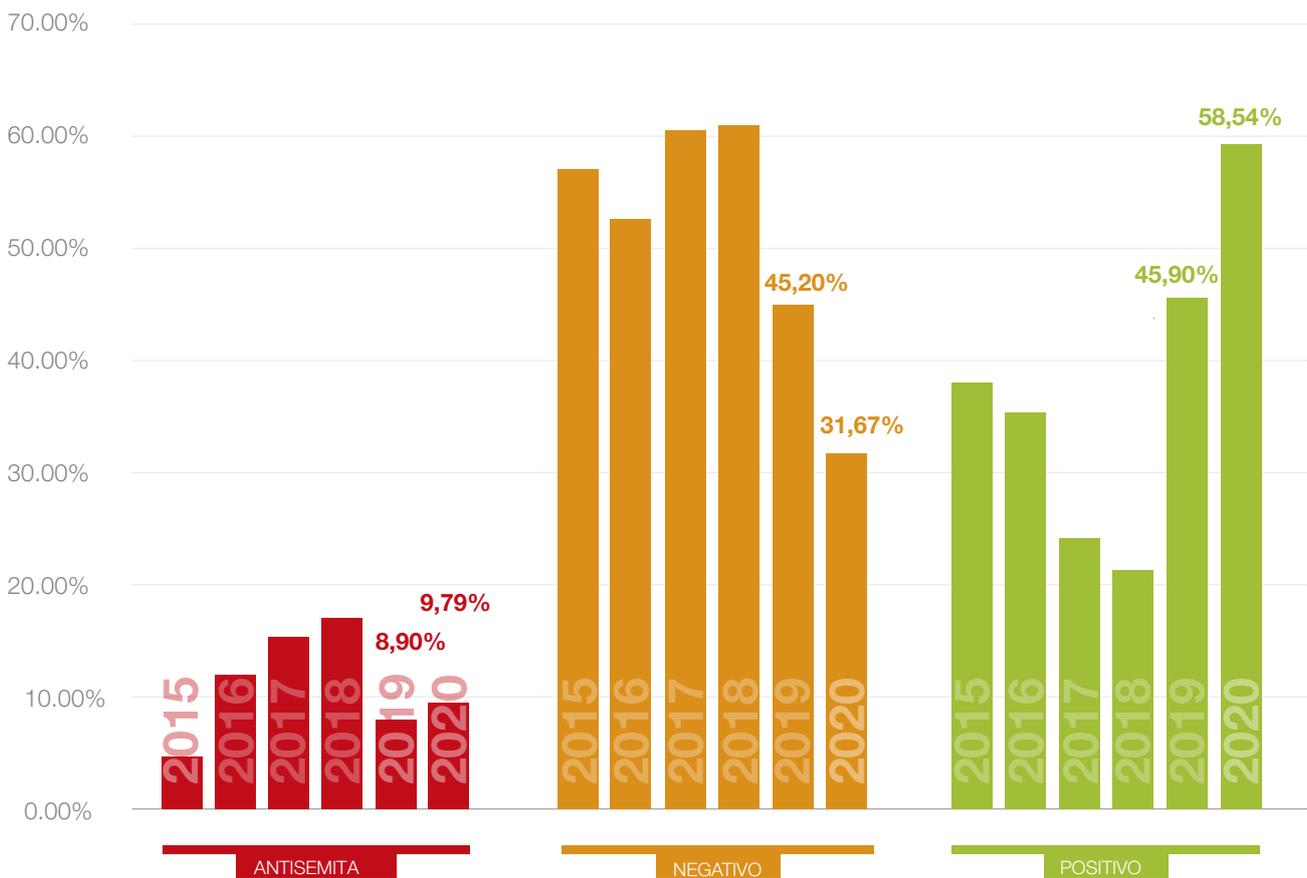


twitter



En esta plataforma en el año 2020 se observa un leve aumento del antisemitismo respecto de 2019, aunque en las temáticas analizadas los tweets con contenido positivo continúan siendo mayoritarios (58,5%). Asimismo, por segundo año consecutivo se observa **una disminución de contenidos que presentan una imagen negativa de Israel o el mundo judío**.

Por su parte, los tweets de contenido antisemita se asocian mayormente a las palabras “Sionismo” y “Holocausto”.



Análisis Tweets de relevantes. Periodo 2015-2020



COVID



Durante gran parte del año 2020 la pandemia de COVID tuvo un rol protagónico en la agenda pública mundial. En términos de discriminación, la pandemia ha sido fuente de prejuicios hacia distintos grupos, y el fenómeno del antisemitismo no fue ajeno. Existieron diversas manifestaciones de este vinculadas al COVID.

En primer lugar, podemos resaltar que un 19,26% de los artículos de nuestra búsqueda en portales digitales de noticias de Latinoamérica vinculados a las temáticas que analizamos están asimismo relacionados al COVID. En éstos observamos un 12,05% de comentarios antisemitas, en línea con el 13,1% que arroja el total de la búsqueda. Sin embargo, cabe destacar que la categoría predominante es la de los comentarios que presentan una imagen positiva de Israel y el mundo judío, en un 22,24%.

Ahondando en el análisis del contenido antisemita se observa que, en los primeros meses de la pandemia en Latinoamérica, es decir marzo y abril, el 68% de los comentarios antisemitas están relacionados con la misma. Estos discursos se caracterizan por actualizar viejos libelos, por ejemplo, al culpabilizar tanto a los judíos como al Estado de Israel por la pandemia, y acusarlos de buscar sacar provecho económico de la situación global.

Por su parte, cabe resaltar el efecto que tienen las noticias que muestran a miembros de la comunidad judía incumpliendo las regulaciones sanitarias, que generan un fenómeno de discriminación generalizando sobre el colectivo.



Conclusiones

Indefectiblemente el año 2020 ha sido un año particular en todos los ámbitos. Lejos de aquellos primeros momentos de la pandemia donde existía la esperanza de una humanidad unida frente a la adversidad, la discriminación hacia distintos grupos no ha sido ajena a la particular realidad del año 2020. En lo concerniente a este informe se ven resultados dispares entre plataformas, en algunas de ellas el antisemitismo ha menguado mientras que en otras se observan leves aumentos. En esta línea, se dan algunos fenómenos transversales a las plataformas: el debate público gira en torno a la gestión de la crisis sanitaria y la respuesta de los gobiernos locales toma un rol prominente por sobre las temáticas comunitarias. Otro hallazgo transversal a las distintas plataformas es que la temática Israel cuenta con gran cantidad de contenidos positivos en los medios de comunicación y entre los usuarios de redes sociales, dada la gestión de la pandemia y la política de vacunación implementada por el Estado de Israel, que en muchos casos se ha tomado como ejemplo positivo.

El antisemitismo también encuentra ciertos puntos comunes en las plataformas. Sionismo e Israel son conceptos utilizados frecuentemente como sinónimos de judío para referirse de forma virulenta al conflicto en Medio Oriente, y planteando hipótesis de tinte conspirativo. Cabe aclarar que en muchos casos se han observado contenidos que comprenden distintas temáticas planteando una “gran conspiración”, allí pueden encontrarse diversos libelos actualizados a la coyuntura de la pandemia.

Dentro de las plataformas de Google, en su buscador se observa un antisemitismo bajo pero constante. En el caso particular de YouTube, si bien la plataforma ha progresivamente eliminado videos antisemitas, es importante remarcar que se ha acelerado el proceso de crecimiento de visualizaciones y ha aumentado la proporción de reacciones positivas a videos discriminatorios.

Respecto de los comentarios en los principales portales de noticias de Latinoamérica, en línea con lo antes descrito, se destacan dos hitos dentro del contenido analizado. En primer lugar, una baja en el porcentaje de comentarios antisemitas, y, en segundo lugar, debates en torno a la coyuntura político-sanitaria con fuerte impacto en el universo analizado. Una posible explicación de ello se debe a que los comentarios en el foro se volvían rápidamente en torno a la coyuntura política local y la gestión de la pandemia sin ahondar en cuestiones comunitarias y/o de Israel. Analizando los comentarios antisemitas, estos fueron posteados mayormente en las categorías “Israel” con 25,35% de los comentarios, principalmente sobre su política exterior y los conflictos en Medio Oriente, seguido de “COVID” con 22,57%.

Cabe resaltar que la temática de la causa judicial por el atentado contra la AMIA mantiene un considerable peso de comentarios antisemitas, siendo la tercera en su categoría con un 12,57% del total. Por último, dentro de los artículos relacionados al COVID vinculados a Israel, uno de cada cuatro comentarios valoraba positivamente el accionar del Estado y casi la mitad no están relacionadas a las temáticas comunitarias analizadas.

En el caso de Twitter, si bien hay un leve repunte del antisemitismo, de aproximadamente un punto porcentual, se observa un aumento importante de los contenidos positivos, mayormente relacionados al rol del Estado de Israel como ejemplo de gestión de la pandemia y su posterior plan de vacunación. Por otra parte, se observa que es en esta plataforma en la cual se da un mayor número de contenidos antisemitas que niegan el holocausto, y palabras como “holocuento” son frecuentes en la red social.



Comentarios

Comentarios Finales

La discriminación en internet es un fenómeno casi tan antiguo como la internet misma. Las redes sociales potencian la capacidad de interacción entre usuarios que ponen en práctica su derecho a la libertad de expresión, y si bien éste debe ser garantizado tanto por gobiernos como por empresas tecnológicas, no es absoluto sino que debe ser relativo a los otros derechos humanos, en particular a la no discriminación. Bajo el amparo de libertad de expresión no es posible decir cualquier cosa.

En esta línea, son los Estados en sus distintos niveles y poderes junto con los organismos internacionales quienes tienen la responsabilidad de tomar un rol proactivo a la hora de crear marcos de regulación y órganos de aplicación efectiva de políticas contra la discriminación. Del mismo modo, los Estados deben sensibilizar y promover la concientización respecto a temáticas de discriminación online entre sus ciudadanos.

Si bien los responsables de las redes sociales actuaron de forma similar durante la toma del Capitolio en los Estados Unidos, cada vez resulta más importante que lo hagan de manera coordinada para casos de discriminación y violencia. Es innegable la interdependencia que existe entre las diferentes redes, sumado a los fenómenos de migración de grupos de odio en internet que mudan sus interacciones a plataformas más laxas en términos de moderación de contenido. Es de vital importancia crear un entorno digital donde los discursos de odio sean rápidamente eliminados de toda plataforma haciendo hincapié en algoritmos de remoción automática de contenido y en la promoción de denuncias de parte de usuarios.

Como consecuencia de la acción de las redes sociales más populares al moderar discursos de odio se observa un fenómeno de migración hacia plataformas sin políticas de restricción donde, quienes fomentan discursos de odio pueden expresarse sin ser censurados. En este sentido, las redes sociales “tradicionales” dejan de ser focos de discursos de odio para tomar un rol de reclutamiento de personas proclives a formar parte de grupos de odio que luego interactúan en espacios abiertos, pero no regulados.



Metodológico

Apartado Metodológico

Para la elaboración de este informe se utilizó información teniendo en cuenta el idioma y la relevancia de esta. Respecto a lo primero, todo el material es en idioma español, con excepción del análisis de comentarios en medios digitales de Brasil. Respecto a la relevancia, se utilizan palabras clave vinculadas a judaísmo y a Israel. Las mismas se obtienen de Google Trends, siendo requisito que tengan un volumen de búsquedas elevado y no estén adjetivadas (por ejemplo: Israel, judío, holocausto, sionismo).

Google y YouTube: el contenido analizado refiere a los principales resultados de las búsquedas de las palabras “clave”. El apartado de visualizaciones de videos y valoraciones se realiza sobre los videos identificados como antisemitas.

Twitter: se analiza contenido que haya tenido impacto, considerando la relevancia de los usuarios, si estos publican reiteradas veces sobre los temas en cuestión, si tuvo interacciones con otros usuarios y la cantidad de impresiones generadas en la red.

Facebook: Se analiza contenido en las paginas de Facebook de los principales medios digitales de cada país, en base a la cantidad de seguidores en la plataforma. Las paginas analizadas son: El Espectador, El País, El Tiempo, El Universal Online, Infobae, La Tercera, Milenio, Radio Bio Bio, Subrayado HD y TN Todo Noticias.

Comentarios en medios digitales: de forma intencional se seleccionaron los siguientes países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Panamá y Uruguay. Los diarios monitoreados son Biobio Chile, Clarín, CRHOY, Diario Extra, Dos Orillas, El Mundo CR, El Observador, El País, El tiempo, Emol, Estadão, Folha Sao Pablo, G1, Infobae, La estrella de Panamá, La Nación, La tercera, Las 2 orillas, Metropoles, Mi Diario, Minuto30, Montevideo Portal, Prensa, Pulzo, Subrayado. Los mismos fueron seleccionados por su relevancia de acuerdo con el ranking elaborado por Alexa de sitios de noticias más visitados. Se analizó una muestra de los comentarios de las publicaciones donde se encontraron las mismas palabras claves. Valoraciones: Se utiliza la definición de antisemitismo elaborada por la IHRA (International Holocaust Remembrance Alliance).

El análisis presentado en el informe fue realizado por analistas.



Observatorio

Sobre el Observatorio Web

El Observatorio Web es una iniciativa conjunta del Congreso Judío Latinoamericano (CJL), la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA) y la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) que desde el año 2010 trabaja contra la discriminación en Internet y por un uso responsable de las tecnologías.

Educa sobre el uso responsable de las tecnologías y desarrolla estrategias efectivas para combatir la discriminación online.

Trabajamos desde un abordaje multidisciplinario, en conjunto a gobiernos, empresas ligadas a Internet y otras ONG's monitoreando la web.

Elabora el **Informe anual de antisemitismo en Internet**, y sobre discriminación online a distintos colectivos.



observatorioweb
por una internet sin discriminación





 www.observatorioweb.org

 [/observatorioweb](https://www.facebook.com/observatorioweb)

 [/observatoriow](https://twitter.com/observatoriow)

