

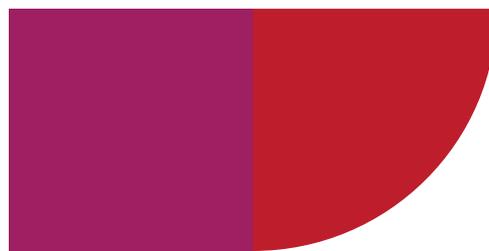


observatorio**web**
por una Internet sin discriminación

**ANTISEMITISMO
EN LA WEB**

Informe anual
**20
21**

- 01** **Introducción** pág. 3
- 02** **Principales hallazgos** pág. 6
- 03** **Google** pág. 7
- 04** **You Tube** pág. 9
- 05** **Facebook** pág. 11
- 06** **Twitter** pág. 14
- 07** **Foros** pág. 19
- 08** **Conflicto en Medio Oriente** pág. 23
- 09** **La pandemia de Covid-19** pág. 25
- 10** **Conclusiones** pág. 26
- 11** **Comentarios finales** pág. 28
- 12** **Apartado metodológico** pág. 30



Introducción

Desde hace años, Internet se encuentra fuertemente enraizada en nuestra sociedad y, difícilmente, concebimos nuestra vida sin la posibilidad de estar conectados a través de las plataformas online. En ese contexto, la discriminación y el racismo en redes sociales son una problemática central que afecta a nuestras sociedades. El antisemitismo forma parte de ese entramado de discursos de odio, y se ve plasmado en prejuicios que, más allá de los cambios tecnológicos que impactan en la comunicación de las sociedades, aún tienen una preocupante actualidad.

Durante 2021 la pregunta y el debate sobre la propagación de los discursos de odio en las plataformas online han estado particularmente vigentes. Apenas comenzado el año, la toma del Capitolio en Estados Unidos marcó un antes y un después en el comportamiento de las redes sociales y, a su vez, visibilizó cómo operan ciertos grupos extremistas. Así como se suele decirse que Internet democratiza, la organización de la manifestación y el apoyo de sectores políticos a través de Twitter y otras plataformas demostró que, en ciertos casos, las redes sociales también pueden poner en riesgo a las democracias y a diversos colectivos.

A la luz de estos acontecimientos, se destaca también la migración de los grupos que incitan el odio hacia plataformas alternativas sin regulación, muchas de las cuales fueron creadas especialmente para permitir y promover esa clase de discursos. De esta manera, las agrupaciones extremistas ya no publican todo su contenido en las redes sociales más populares. Actualmente utilizan las plataformas más reconocidas, como Facebook y Twitter, para captar y llevar adeptos hacia sitios con menor regulación como Gab.me, 4chan y VK, entre otros. Este fenómeno es un paso anterior en el proceso de reclutamiento de personas que simpatizan con grupos extremistas.

En este sentido, cabe preguntarse cuál es la responsabilidad de las grandes empresas de Internet a la hora de identificar a los usuarios o grupos que, deliberadamente, se mantienen en la delgada línea de lo que está permitido y lo que no con el objetivo de difundir mensajes de odio y reclutar nuevos adeptos. En consecuencia, es posible preguntarse qué hacer con los promotores de esos mensajes. Un ejemplo claro es el caso de los grupos que propagan teorías conspirativas que apuntan a personalidades famosas, sean judías o no, pero señalándolas como tales y responsabilizándolas por la pandemia o por beneficiarse de las vacunas. De este modo, logran sortear las políticas de moderación de las plataformas y difundir ideas antisemitas sobre un supuesto plan de dominación mundial.

Como otra cara de la misma moneda, las declaraciones de la ex empleada de Facebook, Frances Haugen, constituyen una importante alerta que permite entender el comportamiento de las empresas de Internet. Haugen reveló que la plataforma estaba al tanto de que su uso “daña a los niños, avivan la división y debilitan nuestra democracia”, además de facilitar la promoción del odio¹. En esta línea, tal como señala el Centro para Contrarrestar el Odio Digital (CCDH) en su informe “*Malgorithm*”², se comprueba que Instagram –red social que integra el conglomerado empresarial ahora llamado Meta (ex Facebook)- en repetidas ocasiones ha fallado en

1-<https://www.bbc.com/mundo/noticias-58810099>

2-<https://www.counterhate.com/malgorithm>



sus compromisos de regular los discursos de odio y la difusión de fakenews (noticias falsas, en inglés).

Las compañías de Internet han realizado esfuerzos dispares para moderar el contenido online. Y, en muchos casos, solo han reaccionado ante las críticas de la opinión pública. Así, plataformas sociales de miles de millones de usuarios se mantienen en el foco del conflicto respecto de su rol en las democracias, la transparencia de su accionar y la responsabilidad sobre el contenido que en ellas circula. En síntesis, el funcionamiento de las empresas del sector repercute en nuestras sociedades y, particularmente, en los discursos de odio y el antisemitismo.

Sin dudas, durante 2021 el hecho más relevante vinculado con el antisemitismo fue la escalada bélica entre el Estado de Israel y el grupo terrorista Hamas que tuvo lugar en mayo de ese año. Como suele ocurrir en estos casos, por desconocimiento o deliberadamente, muchas publicaciones contienen fuertes sesgos antisemitas. Durante el conflicto, las redes sociales se vieron inundadas de contenido en torno a la temática. Por ejemplo, la cantidad de contenido recopilado en Twitter por el Observatorio Web se multiplicó por 30, ya que se incrementó de aproximadamente 120.000 publicaciones mensuales promedio a más de 3 millones. El antisemitismo experimentó un notable aumento en términos nominales como consecuencia de la gran cantidad de contenido que circuló en las redes. Al mismo tiempo, se observó un crecimiento en términos porcentuales, especialmente en Twitter, donde el antisemitismo se duplicó.

Otro punto clave, en términos de promoción y difusión de ideologías de odio, es la violencia en las plataformas de gaming. Si bien para miles de usuarios los juegos online son una actividad recreativa, diversos grupos que incitan al odio reclutan y radicalizan a posibles miembros, en su mayoría jóvenes, mediante juegos de uso masivo. La radicalización y el antisemitismo en plataformas de gaming no es ajena a la región latinoamericana; por ejemplo, el juego "Fusan al-Aqsa" desarrollado en Brasil invita a quienes lo usan a asesinar soldados israelíes y a eliminar la presencia judía de Jerusalem³.

Actualmente, diversos Estados se encuentran debatiendo el rol de las redes sociales y los discursos de odio. Un claro ejemplo es Brasil, donde existe un proyecto de ley para prohibir la negación del Holocausto⁴, al igual que en diversos países de la Unión Europea. Por el contrario, lamentablemente, Polonia⁵ se encuentra en un claro retroceso mediante la adopción de políticas que son tierra fértil para el revisionismo histórico del Holocausto. Este discurso repercute en las redes sociales y da lugar a una mayor circulación de argumentos negacionistas y revisionis-

3-<https://www.haaretz.com/israel-news/tech-news/.premium-new-palestinian-video-game-calls-to-eliminate-all-zionist-soldiers-1.10254521>

4-<https://www.camara.leg.br/noticias/729427-projeto-criminaliza-a-negacao-do-holocausto-judeu/>

5-https://elpais.com/internacional/2018/02/01/actualidad/1517475787_162025.html



tas que, al estar ahora amparados por instituciones públicas, devienen en mayores niveles de antisemitismo. Frente a esto, es claro que ciertos organismos supra estatales están tomando cartas en el asunto, como la Unión Europea -que presentó la primera estrategia regional para combatir el antisemitismo y fomentar la vida judía- y la Organización de Estados Americanos, que nombró a su primer Comisionado para el monitoreo y lucha contra el antisemitismo.

En este escenario, por cuarto año consecutivo, el Observatorio Web elaboró el "Informe anual sobre antisemitismo en Internet" con los resultados correspondientes a 2021 del relevamiento sobre contenido antisemita en idioma castellano. Como todos los años, la investigación fue realizada por el Observatorio Web, una iniciativa conjunta del Congreso Judío Latinoamericano (CJL), la Delegación de Asociaciones Israelitas Argentinas (DAIA) y la Asociación Mutual Israelita Argentina (AMIA) que desde 2010 trabaja contra la discriminación en Internet, por un uso responsable de las tecnologías y se propone desarrollar estrategias efectivas para combatir la discriminación online⁶.

Este estudio -que analiza una muestra de publicaciones realizadas en las principales redes sociales y foros de sitios y medios digitales de América Latina- presenta los resultados de 2021 y los compara con los obtenidos en años anteriores. Para elaborar el informe, se utilizó la herramienta Google Trends y una plataforma de social listening (*ver Apartado Metodológico*).

El documento está organizado de la siguiente manera. En primer lugar, se resumen los principales hallazgos del relevamiento 2021. En segundo término, se analizan los contenidos que circulan en las principales redes sociales y foros de medios online. Posteriormente, se abordan dos bloques temáticos de interés: el conflicto en Medio Oriente ocurrido en mayo de 2021 y la pandemia de Covid-19. Finalmente, se destacan las conclusiones del informe, los comentarios finales y un detalle de la metodología utilizada.

6-El Observatorio monitorea la Web desde un abordaje multidisciplinario junto con gobiernos, empresas ligadas a Internet y otras ONG. En este marco, elabora el "Informe anual de antisemitismo en Internet" y sobre discriminación online a otros colectivos.



Principales hallazgos

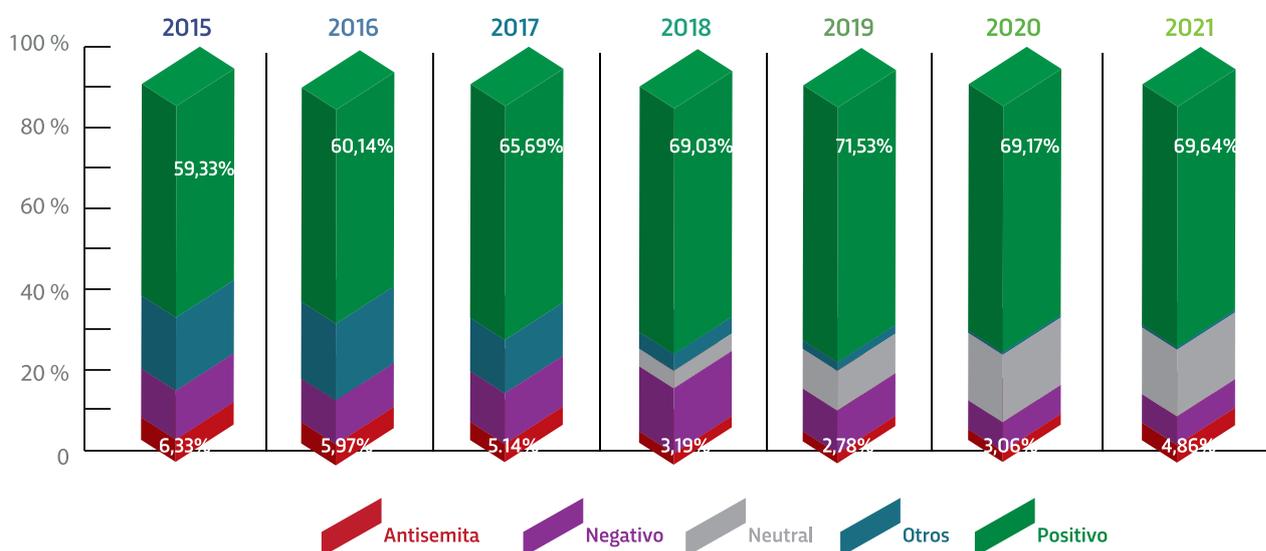
- En 2021, en los resultados de las búsquedas en Google analizadas se observó un leve crecimiento del antisemitismo con respecto al año anterior. Por primera vez desde 2018, el porcentaje de contenido antisemita (4,86% del total recopilado) es superior al promedio histórico, del 4,48%.
- En YouTube, año tras año aumenta el porcentaje de videos con contenidos positivos y disminuye la proporción de videos antisemitas. El antisionismo, entendido como una forma de antisemitismo según la definición de la Alianza Internacional para el Recuerdo del Holocausto, es el argumento más repetido en esta plataforma.
- El bajo pero sostenido nivel de antisemitismo en Google y YouTube puede explicarse, entre otros factores, por la regulación que implementa Google. Esto tiene como consecuencia la migración de usuarios a plataformas alternativas, sin políticas de moderación, como Bitchute y 4chan.
- El 7,50% de la muestra de contenido recopilada en Facebook tenía expresiones antisemitas. La mitad de ese material se generó en mayo, durante el conflicto entre Israel y Hamas.
- En Facebook las expresiones antisemitas se articulan con dos argumentos principales. La demonización de Israel, incluso sin relación con el conflicto en Medio Oriente, es el principal. En segundo lugar, se destacan los complots que giran en torno al "Nuevo Orden Mundial", una versión moderna de la conspiración llamada "Los Protocolos de los Sabios de Sion".
- Se analizaron 15.327 comentarios de usuarios sobre temáticas relevantes en foros de medios digitales de siete países de América Latina. El 10,97% tenía contenido antisemita, con una reducción de aproximadamente dos puntos porcentuales con respecto a 2020.
- Con una baja constante en los últimos tres años, se verificó una gran disparidad en los niveles de antisemitismo en los foros de usuarios de los principales medios digitales. Los portales de Chile, Uruguay y Panamá muestran niveles muy por encima del promedio.
- El conflicto en Medio Oriente, que tuvo lugar en mayo de 2021, impactó en la imagen de Israel y las comunidades judías de América Latina. Durante esa escalada bélica entre Israel y el grupo terrorista Hamas, se registró un marcado incremento de antisemitismo en las redes sociales analizadas y en los comentarios de usuarios de medios digitales.
- Durante el conflicto entre Israel y Hamas, en Twitter el antisemitismo se duplicó respecto del promedio anual. Sin embargo, este contenido tuvo un alcance del 2% en la plataforma, en muchos casos limitado a nichos donde los discursos discriminatorios tienen gran promoción y aceptación.
- La pandemia de Covid-19 actualizó discursos antisemitas en las redes sociales. En los comienzos de la crisis sanitaria, los judíos fueron responsabilizados por la enfermedad y por no cumplir con las restricciones. Luego, se difundieron nuevas conspiraciones en torno a un plan de dominación de la población mundial mediante las campañas de vacunación y los pases sanitarios.



A fin de abordar el contenido antisemita en Google -el motor de búsquedas en Internet más reconocido y utilizado en el mundo por la cantidad de usuarios-, se relevaron los principales resultados de las búsquedas relacionadas con temáticas judaicas y se observó un leve repunte del antisemitismo con respecto a 2020. Como se desprende del Gráfico 1, por primera vez desde 2018 el porcentaje de contenido antisemita analizado en 2021 (4,86% del total recopilado) es superior al promedio histórico, del 4,48%. Los contenidos positivos, en tanto, se mantuvieron estables, aunque con un leve descenso para alcanzar los dos tercios del total (67,64%)⁷.

GRÁFICO 1

Análisis de resultados de Google. (2015-2021)



Fuente: Observatorio Web (2021).



En las búsquedas de Google el nivel de antisemitismo se mantiene bajo pero sostenido, con un leve aumento del 1,8% con respecto a 2020. En 2021 se observó un marcado aumento de contenido antisemita relacionado con la temática "sionismo".

7-La categoría "positivo" hace referencia a contenidos que destaquen la imagen de Israel, las comunidades judías, las tradiciones religiosas, el repudio a hechos antisemitas, los pedidos de justicia sobre atentados y la memoria del Holocausto. Se entiende por "negativo", en tanto, a los contenidos que critiquen legítimamente a Israel, banalicen y/o relativicen el Holocausto sin que esto conlleve un discurso de odio, y que critiquen a las entidades de las comunidades judías.



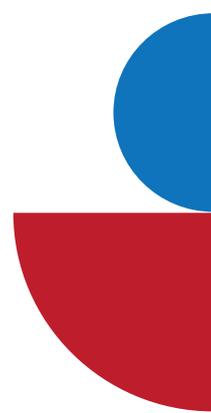
Resulta importante también analizar los argumentos en que se basa el antisemitismo que circula en los principales resultados de las búsquedas en Google. En tal sentido, se destacaron notas de medios de comunicación como Telesur e HispanTV, vinculados a Venezuela e Irán, respectivamente. A la vez, se encontraron sitios web con formato de diccionario que incluyen definiciones antisemitas de "sionismo" y "judíos". En 2021, además, se observó un marcado aumento de contenido antisemita relacionado con la temática "sionismo" y fue el año con mayor contenido antisemita vinculado con ese tópico (ver gráfico 2).

GRÁFICO 2

Resultados de Google con contenido antisemita según concepto asociado (2015-2021)



Fuente: Observatorio Web (2021).



Se trata de la principal plataforma de contenido audiovisual online y uno de los sitios más populares del mundo, donde se transmiten mensualmente más de 2.000 millones de horas diarias de videos.

Imagen 1. Ejemplo de contenido antisemita en YouTube (2021)

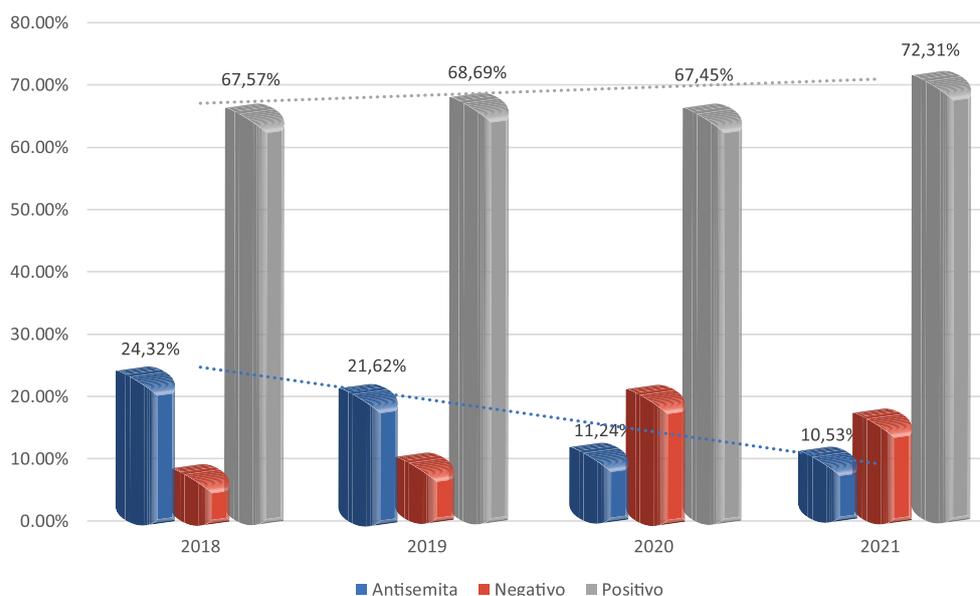


NO ANDINIA, NO AL SIONISMO / MANS: ¡SIEMPRE ADELANTE!

Mediante el uso de la misma metodología empleada para analizar el buscador de Google, en el caso de YouTube se observó que, año a año, aumenta el porcentaje de videos con contenidos positivos y que disminuye la proporción de videos antisemitas (ver Gráfico 3).

GRÁFICO 3

Análisis de resultados de YouTube (2018-2021)



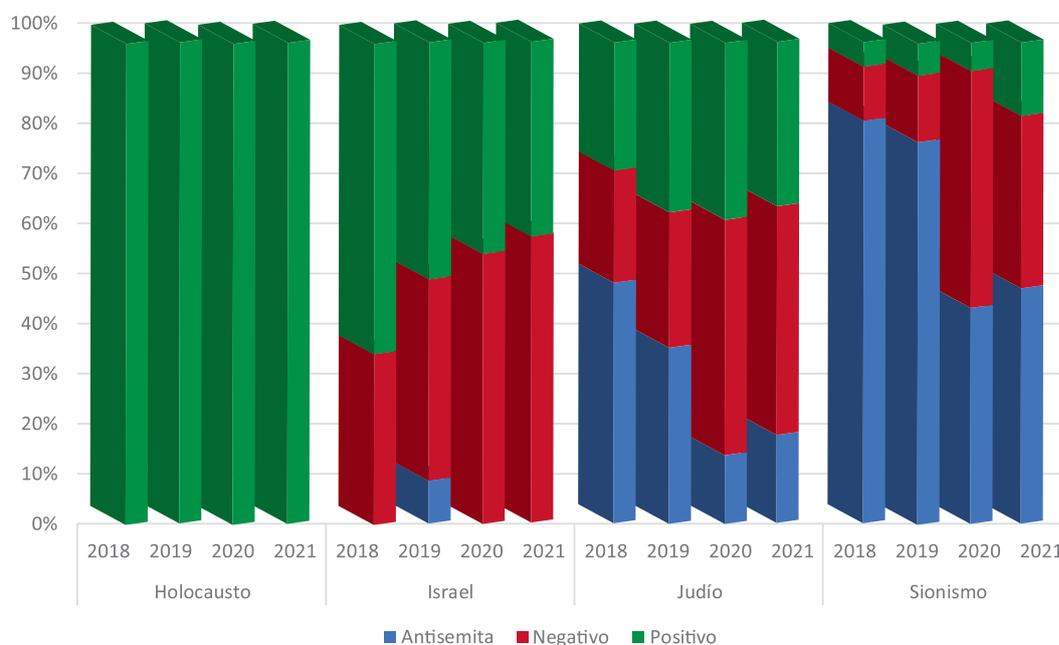
Fuente: Observatorio Web (2021).



El antisionismo, entendido como una forma de antisemitismo en el marco de la definición que formula la Alianza Internacional para el Recuerdo del Holocausto (IHRA), es el argumento más repetido en los principales resultados de esta plataforma. Al igual que en el caso de Google, el medio de comunicación Telesur es una usina de contenido antisemita. Con importante impacto en la plataforma, acusa al sionismo -entre otros argumentos- de querer “apoderarse del mundo”. Por otra parte, también se recopilaron diversos videos que buscan “develar los secretos” de porqué los judíos tienen grandes fortunas. Ya sea con connotaciones positivas o negativas, estos contenidos sobre la supuesta bonanza económica de los judíos promueven prejuicios.

GRÁFICO 4

Análisis de resultados de YouTube por temática (2018-2021)



Fuente: Observatorio Web (2021).

Como se observa en el Gráfico 4, la categoría “sionismo” es la que más contenido antisemita acumula año a año, si bien experimenta descensos con respecto a 2018 y 2019. Por otra parte, entre 2018 y 2021, no se encontraron contenidos de negación del Holocausto dentro los principales resultados en la plataforma.



Con más de 2.700 millones usuarios en el mundo, Facebook se mantiene en la actualidad como la principal red social de Internet.

Imagen 2. Ejemplo de contenido antisemita en Facebook (2021).

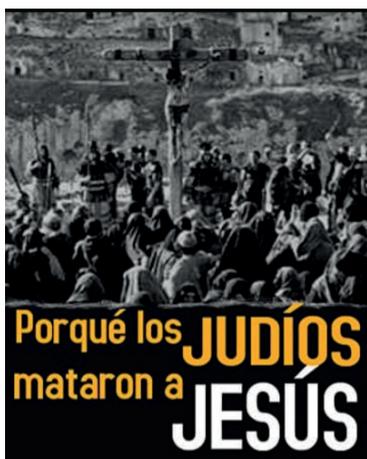


Imagen 3. Ejemplo de contenido antisemita en Facebook (2021).

Este par de lagartos GOBIERNA EL MUNDO!
Jacob Rothschild y David Rockefeller son los verdaderos amos del mundo. Son en realidad parientes pues se casan entre ellos mismos para no dispersar sus fortunas, apellidos como Silverstein, Goldman, Soros, y la mayoría de apellidos judíos de grandes agiotistas, son solo nombres inventados por ellos mismos para camuflar y esconder sus inmensas propiedades el mismo apellido ROTHSCHILD es inventado su apellido original es BAUER! Se autonombren judíos para poder acusar a quien los ataque o denuncie de antisemitas y eliminar hasta con una guerra mundial a sus enemigos. Dueños de los

Mediante el uso de una herramienta de social listening⁸, se analizaron los comentarios en posts relacionados con temáticas judaicas en las páginas de Facebook de los principales diarios digitales de Latinoamérica⁹. Tras recopilarse 94.398 publicaciones, se halló que un 7,50% del total de ese contenido era antisemita.

8- Ver Apartado Metodológico.

9- Se analizaron comentarios en: Clarín, La Nación, Infobae, Emol, La Tercera, BioBio, El Tiempo, Las 2 orillas, Pulzo, El Mundo, El País, La Vanguardia, El Observador, El País UY, Portal Montevideo.

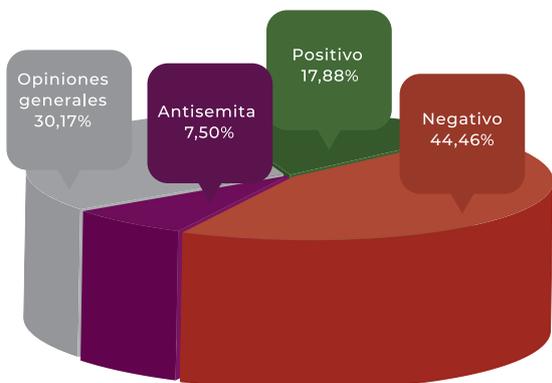


La mitad del contenido antisemita analizado en Facebook se generó en mayo, durante el conflicto armado entre el Estado de Israel y Hamas.



GRÁFICO 5

Análisis de comentarios en Facebook



Fuente: Observatorio Web (2021).

Como evidencia la Imagen 4, esta nube de palabras ordena por tamaño las palabras con mayor peso específico en la plataforma, teniendo en cuenta la difusión del contenido y la cantidad de veces que se repite el término en los contenidos recopilados. Además, resulta importante destacar que, a diferencia de lo registrado en años anteriores, la temática de negación del Holocausto no es la principal fuente de antisemitismo en esa red social.

Imagen 4. Nube de palabras del contenido antisemita en Facebook



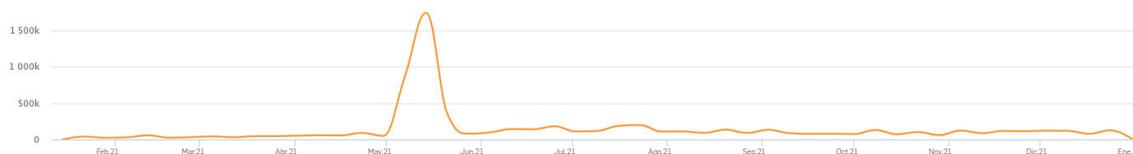
Fuente: Observatorio Web (2021).

Las expresiones que tienen mayor peso en el análisis son las siguientes: "Sionistas", "Palestinos" y "Nuevo orden mundial". Los resultados hallados se condicen con el pico de contenidos generado durante el conflicto armado entre Israel y Hamas, que se analiza en profundidad más adelante en este informe. De hecho, el 51,70% del contenido analizado corresponde a publicaciones realizadas durante el conflicto armado.



GRÁFICO 6

Evolución mensual de contenido analizado en Facebook

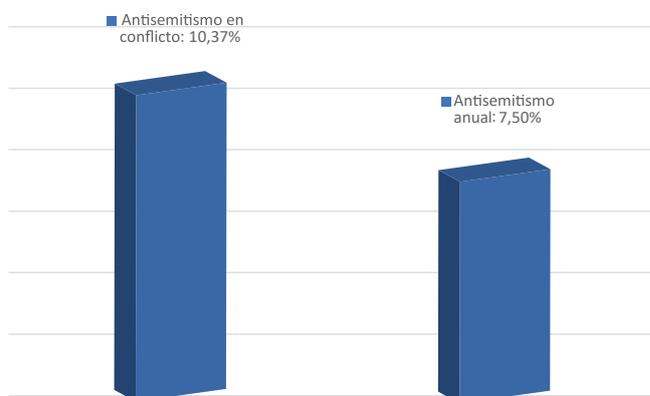


Fuente: Observatorio Web (2021).

Un análisis interesante consiste en comparar los resultados obtenidos durante el conflicto armado en Israel, ocurrido en mayo de 2021, con los del resto del año. En ese breve periodo, se recopilaron 48.808 de los 94.398 contenidos totales, es decir un 51,70%. En particular, se nota un aumento del antisemitismo durante los días de la escalada, tal como se observa en el Gráfico 7. Mientras que el promedio anual de antisemitismo fue de 7,5%, durante el conflicto el contenido de odio alcanzó un 10,37%. En esta línea, de cada cuatro contenidos antisemitas recopilados durante 2021, tres de ellos se realizaron durante los once días del periodo bélico.

GRÁFICO 7

Evolución mensual de contenido analizado en Facebook



Fuente: Observatorio Web (2021).

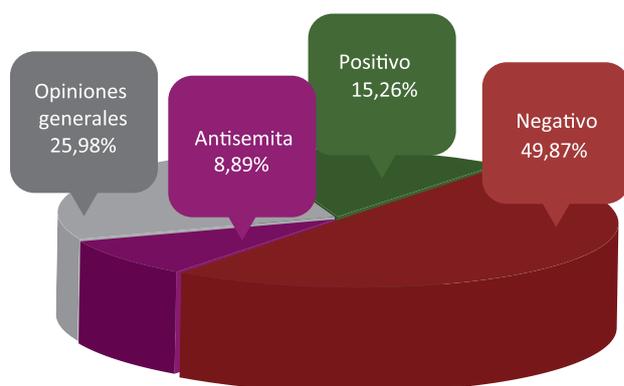
Dejando de lado el conflicto del mes de mayo, se pueden establecer las distintas líneas argumentales que emplean los usuarios para promover y fundamentar su odio hacia los judíos. La demonización de Israel se mantiene como un argumento importante; pero se entrelaza con otras líneas discursivas, como aquellas referidas a las conspiraciones sobre un plan de dominación mundial por parte de los judíos, que se destacan como las más frecuentes. Otro de los argumentos que utilizan quienes formulan expresiones antisemitas en Facebook es la negación o banalización del Holocausto en el marco de conspiraciones antivacunas, así como el establecimiento de paralelismos entre el régimen nazi y las medidas de cuidado como el pase sanitario de vacunación. A esto se suman otros argumentos, como la culpabilización de los judíos por el conflicto israelí palestino.



Twitter, la red social de debate político por excelencia, tiene la particularidad de contar con una alta volatilidad en las interacciones, así como una gran circulación de información tanto verídica como falsa. Durante 2021, en esta plataforma de microblogging se recopilaron 6.561.432 contenidos relacionados con temáticas judías que generaron más de 67.000 millones de impresiones potenciales¹⁰ en los usuarios.

GRÁFICO 8

Análisis de contenido en Twitter



Fuente: Observatorio Web (2021).

Del total de contenidos recopilados, se encontró un 8,89% de antisemitismo y un 49,87% de contenido negativo, en tanto que se registró un pico de referencias durante el conflicto armado en Medio Oriente. Al igual que sucedió con Facebook, como se observa en el siguiente gráfico, es clara la relevancia del conflicto bélico durante el mes de mayo dentro del total del contenido recopilado.



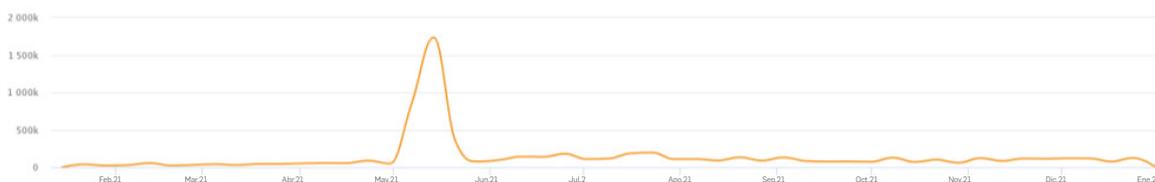
En la muestra de contenido recopilado en Twitter, durante todo 2021 se encontró un 8,89% de antisemitismo. Pero estas expresiones crecieron durante el conflicto en Medio Oriente

¹⁰-Se entiende por impresiones potenciales al número máximo de usuarios al que puede llegar el contenido, contemplando la cantidad de seguidores que tiene la cuenta que emite el mismo y las interacciones que genera el contenido.



GRÁFICO 9

Evolución mensual de los posteos analizados en Twitter

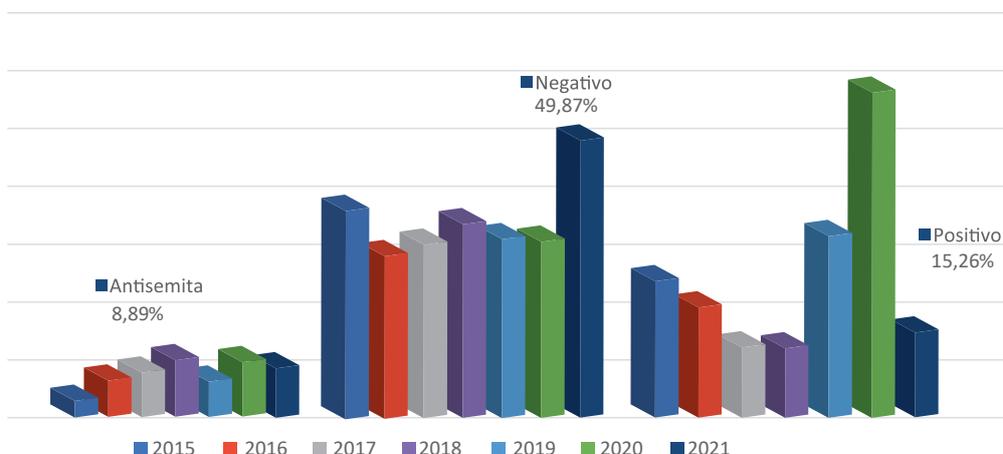


Fuente: Observatorio Web (2021).

Como se destaca en el Gráfico 10, se evidencia un leve descenso del antisemitismo con respecto al año 2020 y un importante crecimiento del contenido negativo, especialmente durante mayo de 2021. Inversamente, el contenido positivo sufrió una caída notable, en cierta medida explicable por el efecto de la escalada bélica.

GRÁFICO 10

Análisis de contenido interanual en Twitter



Fuente: Observatorio Web (2021).

Si se realiza un análisis de mayor profundidad, el antisemitismo en Twitter está particularmente relacionado con un antisemitismo ligado al antisionismo. Es muy común encontrar referencias que vinculan el Holocausto y las acciones de Israel bajo la premisa “los judíos hacen en Palestina lo mismo que les hicieron”. Es por esto que los conceptos que mayor peso tienen en la nube de palabras representada en la Imagen 8 son: “judíos”, “palestina”, “sionistas”, “antisemita”, “Israel” y “Holocausto”. Otra expresión utilizada durante el conflicto de mayo fue tildar a Israel de “Organización terrorista judía”, extendiendo un libelo contra todo el pueblo judío.



Por otra parte, no es menor remarcar que aparece la expresión "Nuevo orden mundial", que revitaliza viejos libelos antisemitas muchas veces actualizados a la coyuntura de la pandemia de Covid-19.

Imagen 5. Ejemplo de antisemitismo clásico, ligado al tópico "judío". (2021)



Imagen 6. Ejemplo de antisemitismo ligado a "sionismo" y "Holocausto", en el marco del pico de contenidos por el conflicto armado de mayo de 2021.



Imagen 7. Ejemplo de antisemitismo con múltiples categorías estructurado en el concepto de "Nuevo orden mundial".



Imagen 8. Nube de palabras de Twitter

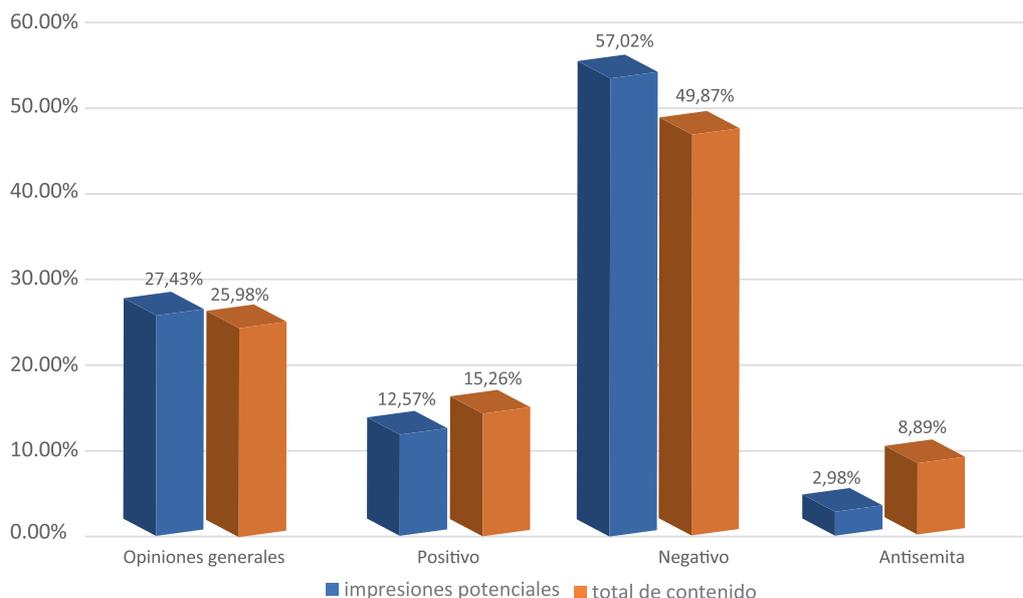


Fuente: Observatorio Web (2021).

A diferencia de lo que sucede en Google y YouTube, donde el contenido bien posicionado es visto por una audiencia de miles de personas, un contenido publicado en Twitter no necesariamente llega a muchos usuarios. Un posteo en esa red social puede "viralizarse" o, por el contrario, solo llegar a un puñado de personas. Pero el cruce de datos entre las impresiones potenciales y el total de contenidos permite establecer qué tipos de contenido tienen mayor circulación en esa plataforma. Como se muestra en el gráfico a continuación, las expresiones negativas le llegan proporcionalmente a una mayor cantidad de usuarios. Un elemento para destacar es que el contenido antisemita tiene una menor difusión respecto a su incidencia total en el contenido recopilado. Es decir, mientras que el 8,89% del contenido analizado poseía contenido antisemita, solo tuvo un impacto del 2,98% en el total de impresiones alcanzadas.

GRÁFICO 11

Análisis comparativo de impresiones y porcentaje de contenido en Twitter.



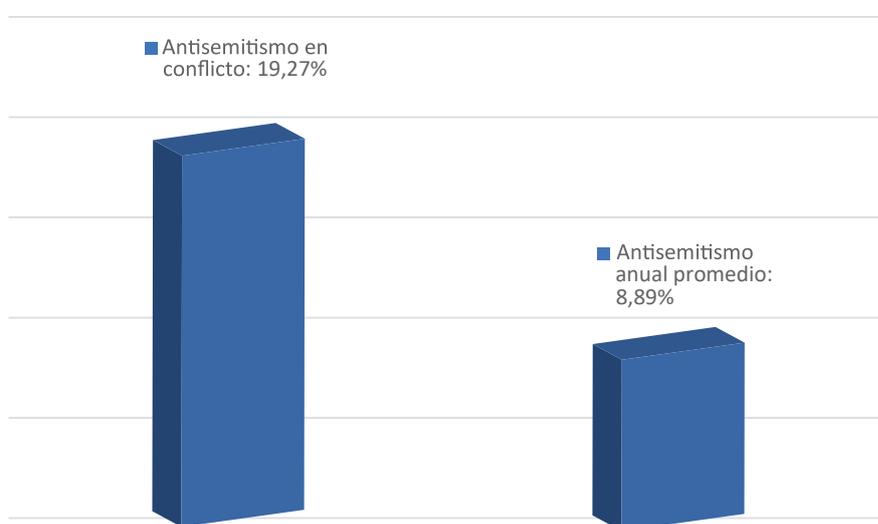
Fuente: Observatorio Web (2021).



Tal como ocurrió en Facebook, un alto porcentaje del contenido analizado en Twitter se concentró en los días del conflicto en Medio Oriente y representó un 37,51% del total anual. Se observó un mayor nivel de antisemitismo en el periodo de la escalada de violencia por sobre el promedio anual: mientras que durante todo el 2021 el 8,89% del contenido analizado era antisemita, en los días del conflicto bélico se recopiló un 19,27%.

GRÁFICO 12

Antisemitismo anual y antisemitismo durante el conflicto bélico en Twitter



Fuente: Observatorio Web (2021).



Foros

Los foros de portales y medios digitales se destacaron como los primeros espacios de intercambio entre los usuarios desde la creación de Internet. Hoy en día, la gran mayoría de los sitios digitales de noticias mantienen un espacio de este tipo. Durante 2021 se analizaron 15.327 comentarios sobre temáticas relevantes en medios digitales de siete países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Panamá y Uruguay, tal como se ve reflejado en el cuadro que se presenta a continuación.

Cuadro 1. Comentarios de usuarios en foros de medios digitales

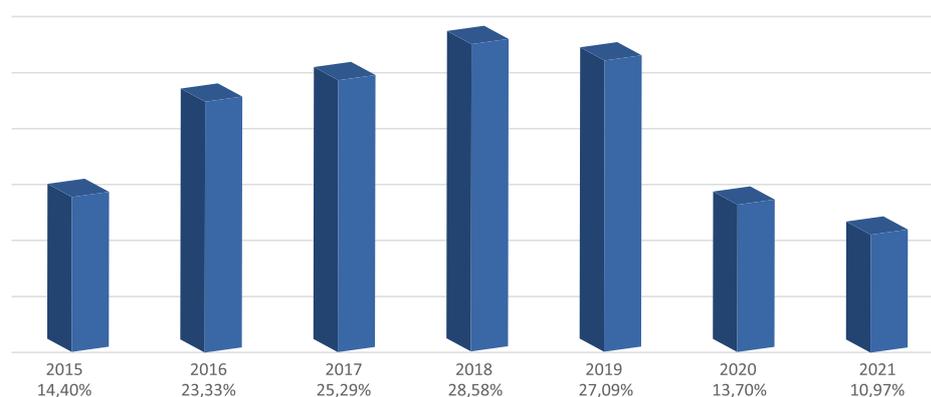
País	Notas analizadas	Promedio de comentarios por nota recopilada
Argentina	431	14,7
Brasil	156	6,7
Chile	246	14,9
Colombia	107	7,0
Costa Rica	35	3,9
Panamá	64	5,0
Uruguay	233	13,1
Total	1272	9,4

Fuente: Observatorio Web (2021).

En los comentarios analizados se encontró que el 10,97% tenía contenido antisemita, con una reducción de aproximadamente dos puntos porcentuales con respecto a 2020. En esta línea, los últimos dos años exhiben una marcada caída del contenido antisemita en los comentarios de los principales portales digitales de la región.

GRÁFICO 13

Porcentaje de comentarios antisemitas por año en portales digitales de noticias



Fuente: Observatorio Web (2021).

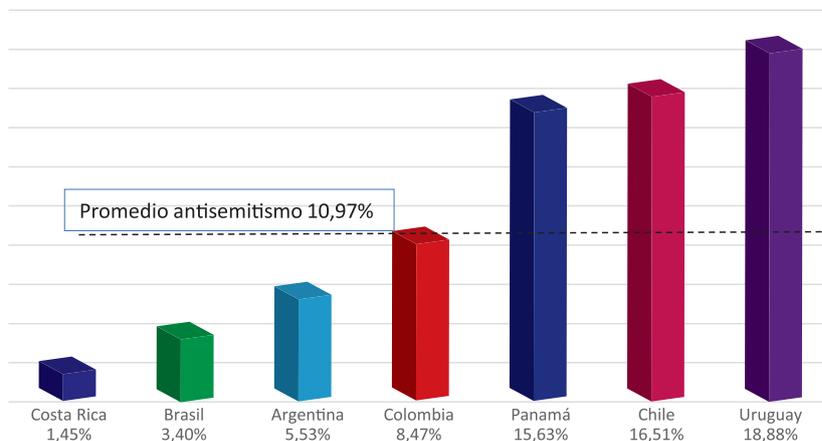
El Gráfico 14 muestra el nivel de antisemitismo que se registra en cada uno de los países considerados. Uruguay, Chile y Panamá, en ese orden, se encuentran por encima del promedio general de antisemitismo.



Foros

GRÁFICO 14

Porcentaje de comentarios antisemitas por país(2015-2021)

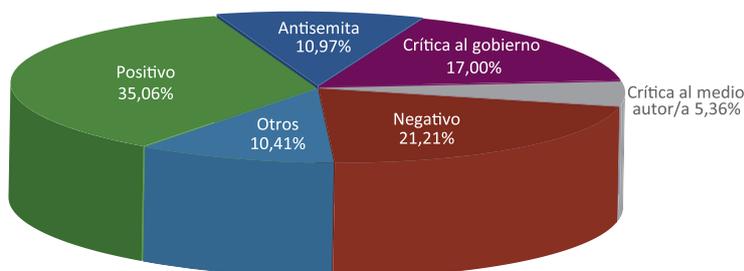


Fuente: Observatorio Web (2021).

Como muestra el Gráfico 15, más de un tercio de los comentarios son positivos hacia las comunidades judías e Israel. Al igual que en años anteriores, las críticas a los medios de comunicación y hacia los gobiernos son uno de los tópicos centrales en los foros de debate. En cuanto a los comentarios negativos, en muchos casos se trata de opiniones contrarias al accionar del Estado de Israel.

GRÁFICO 15

Análisis de comentarios en portales digitales



Fuente: Observatorio Web (2021).

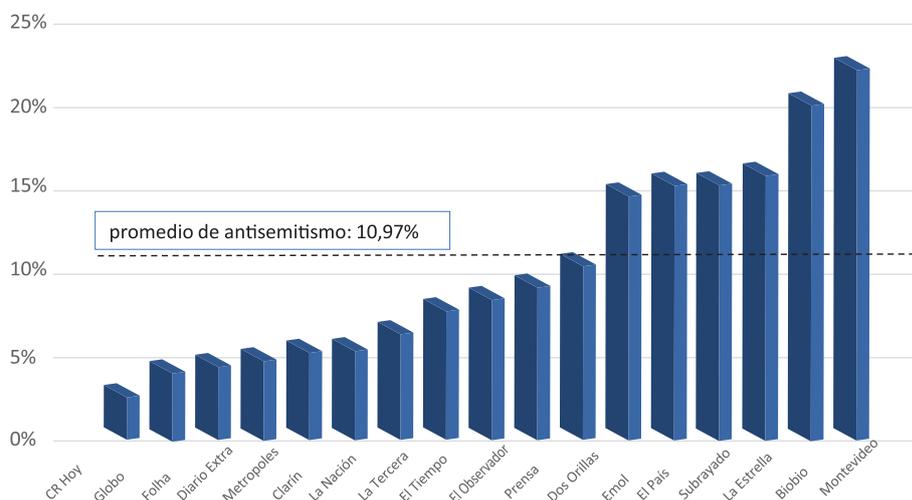
Como se observa en el Gráfico 16, los medios Emol y BioBio, de Chile; Subrayado, Montevideo y El País, de Uruguay, y La Estrella, de Panamá, son los medios cuyos foros de lectores tienen un nivel de antisemitismo mayor al promedio. Es especialmente llamativo el caso de Uruguay, donde tres de los cuatro medios recopilados se encuentran por encima del promedio anual.



Los últimos dos años exhiben una marcada caída del contenido antisemita en los comentarios de los foros de los principales portales y medios digitales de la región.

GRÁFICO 16

Promedio de comentarios antisemitas por portal digital

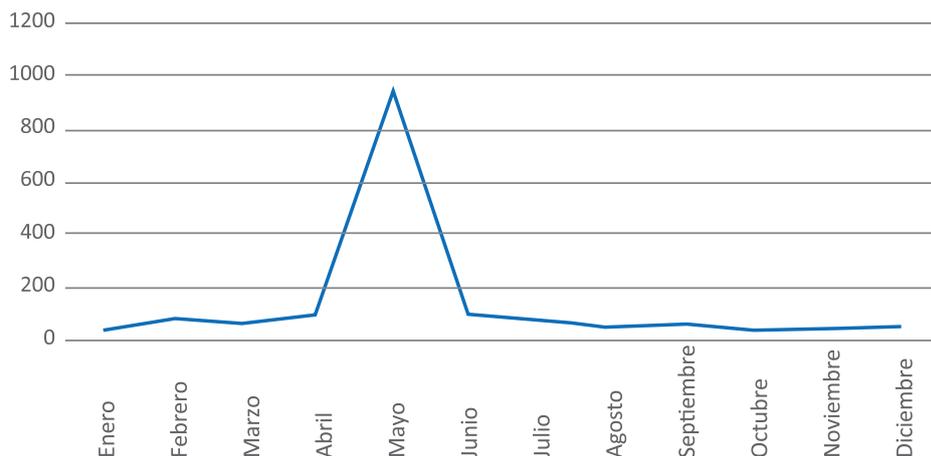


Fuente: Observatorio Web (2021).

Al igual que en 2020, la mayor cantidad de contenidos antisemitas se encuentran presentes en notas que refieren a "Israel". Debido al conflicto en Medio Oriente se observa un aumento importante del contenido antisemita en dichas publicaciones, que aumenta del 33,16%, en 2020, al 71,27% en 2021. No obstante, se registra un volumen relevante de comentarios antisemitas distribuidos a lo largo del período analizado.

GRÁFICO 17

Comentarios antisemitas en portales digitales mes



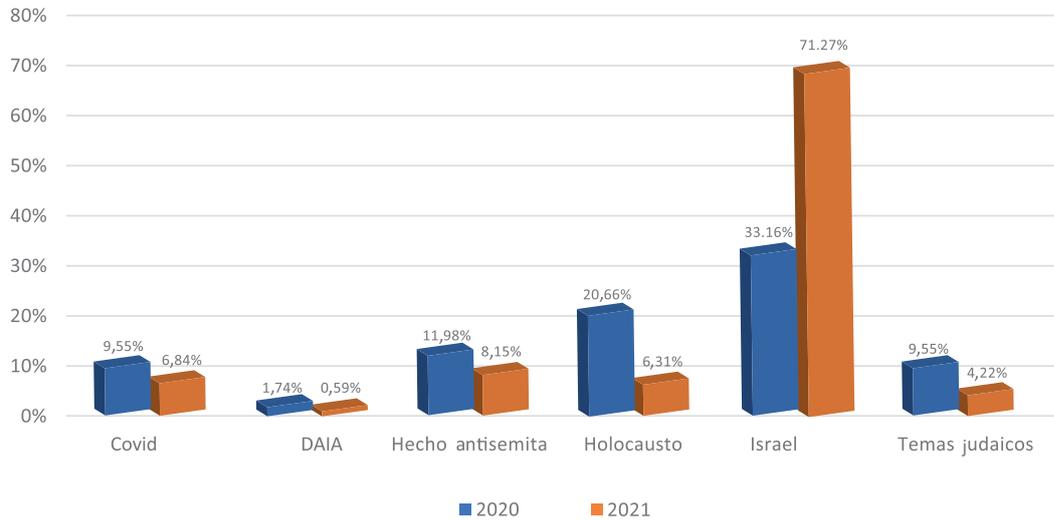
Fuente: Observatorio Web (2021).

Como se evidencia en el grafico anterior, hay una importante concentración de comentarios antisemitas en el mes de mayo, en correlación con el conflicto armado entre Israel y el grupo Hamas.



GRÁFICO 18

Porcentaje de comentarios antisemitas en portales digitales por temática (2020-2021).

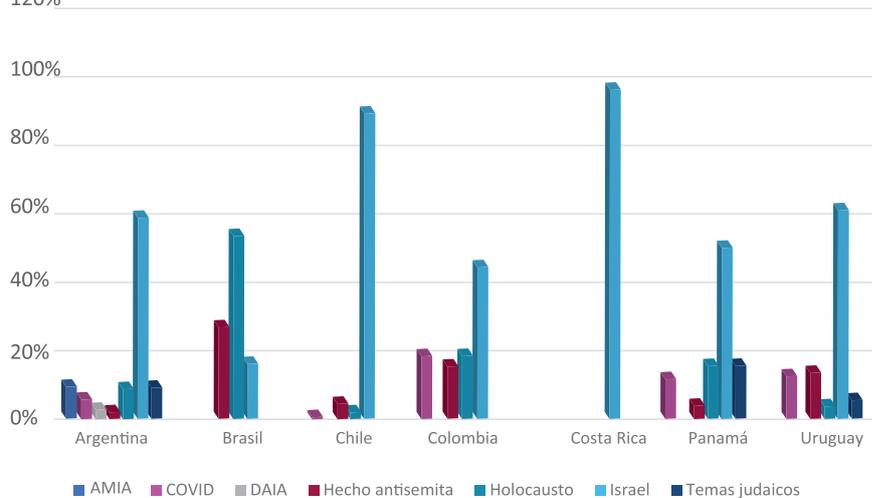


Fuente: Observatorio Web (2021).

En el siguiente gráfico se muestra de manera desagregada el antisemitismo por país y según temática. Con excepción del caso de Brasil, donde la mayoría de ese contenido discriminatorio se observa en comentarios realizados en noticias sobre el Holocausto, en el resto de los países analizados el mayor porcentaje de antisemitismo se encuentra en las notas vinculadas a Israel.

GRÁFICO 19

Análisis de comentarios antisemitas en portales digitales por país y temática



Fuente: Observatorio Web (2021).



III Conflicto en Medio Oriente

En mayo de 2021 tuvo lugar una escalada de violencia entre el Estado de Israel y el grupo terrorista Hamas, que transcurrió entre el 10 y el 21 de ese mes, día en que las partes acordaron un alto al fuego. El conflicto tuvo un amplio impacto en Internet, por lo que es uno de los fenómenos relevantes del presente informe. Como ya se describió en capítulos anteriores, gran parte del contenido recopilado durante 2021 en Facebook y Twitter se produjo durante esos días.

A lo largo del conflicto armado, el contenido aumentó nominal y porcentualmente, con publicaciones que abordaron esta cuestión tanto en términos generales como con el uso de expresiones antisemitas. En términos nominales -es decir, medido en cantidad numérica de contenido-, se observó un aumento total de interacciones referidas al contenido general: 30 veces más posts en Twitter y seis veces más comentarios en Facebook. En Twitter, el antisemitismo recopilado quintuplicó el promedio mensual de esa red, mientras que en Facebook fue siete veces superior al promedio en esa plataforma. En términos porcentuales, se registró un aumento del contenido discriminatorio hacia personas de religión judía. En Facebook, cuyo promedio anual se sitúa en el 7,5%, durante los días de la escalada de violencia llegó a 10,37%. En tanto, en Twitter ese fenómeno se verificó de manera aún más marcada: de un promedio anual de antisemitismo del 8,89% se alcanzó un 19,27% de contenidos de odio.

Un dato para remarcar sobre el contenido antisemita en Twitter es que, a pesar de haber sufrido un aumento de casi el doble en términos porcentuales, el alcance a la audiencia es del 2,98%. En decir que, de todo el impacto medido en esa red, solo una pequeña fracción corresponde a contenido antisemita.

Si se analizan comparativamente las escaladas de violencia entre Israel y Hamas de 2021 y de 2014, como se verifica en el gráfico anterior, la más reciente ha sido menos dañina para la imagen de Israel y con menores niveles de antisemitismo. Solo para presentar un ejemplo, en 2014 el 24% de los contenidos recopilados en comentarios de portales digitales eran de contenido discriminatorio hacia los judíos, mientras que en el conflicto de 2021 el porcentaje fue



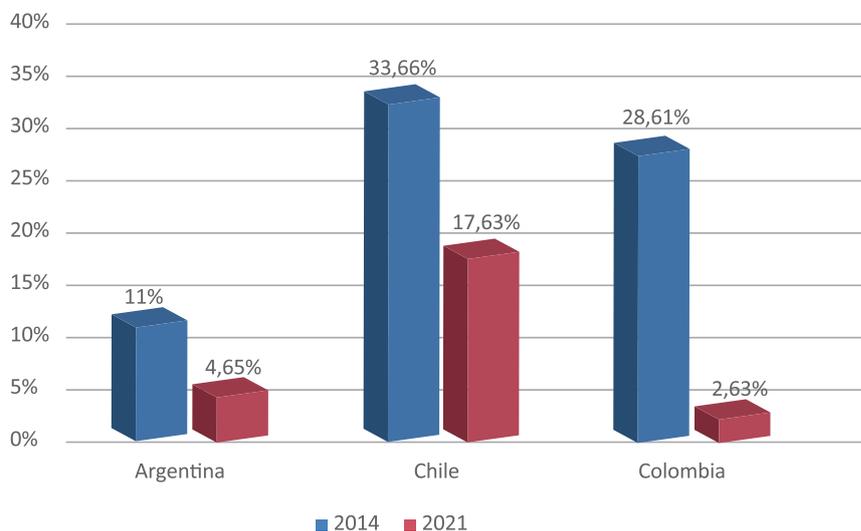
Las opiniones en torno al Conflicto en Medio Oriente siguieron la lógica de polarización política que atraviesa la región.



Conflicto en Medio Oriente

GRÁFICO 18

Comparación de comentarios antisemitas en plataformas digitales (2014 y 2021)



Fuente: Observatorio Web (2021).

Con respecto a los principales resultados de las búsquedas en Google y YouTube -ambas plataformas con una dinámica menos viral que las redes sociales-, el nivel de antisemitismo se mantuvo estable, con un incremento del 0,5% por sobre el promedio anual en el caso de YouTube.

El menor impacto relativo de la escalada bélica sobre la imagen de Israel se debe a una multiplicidad de factores. Por un lado, se percibe una mayor sensibilización respecto de la discriminación y el antisemitismo en particular. Por otro lado, la percepción de Israel como Estado con tecnología de punta para enfrentar la pandemia de Covid-19 permitió un posicionamiento de la imagen pública del Estado Judío de manera privilegiada como referente en temas de salud y tecnología.

Al respecto, se realizaron encuestas de percepción sobre el conflicto en la Argentina, Uruguay y Chile. En términos generales, la ciudadanía se mostró muy preocupada por el conflicto, pero sin tomar partido por una u otra posición. Entre quienes tomaron una postura definida, la misma estuvo estrechamente relacionada con la extracción política del encuestado.

En esta línea, para entender las percepciones de la opinión pública frente al conflicto en el marco del fenómeno de polarización política en Latinoamérica, los gobiernos y la oposición regionales se alinearán con uno u otro bando al igual que los medios de comunicación. Dichos procesos de alineación y polarización de los diversos actores de la agenda pública pudieron verse reflejados en las redes sociales analizadas.

Para obtener datos más detallados, los lectores pueden recurrir al informe que elaboró el Observatorio Web sobre este tema. Se lo puede encontrar en: <https://www.observatorioweb.org/informes-del-ow>



La pandemia de Covid-19

La crisis sanitaria que planteó la pandemia de Covid-19 ha marcado el inicio de la década de 2020 y es muy probable que la época que vivimos quede signada por este fenómeno de alcance global. El impacto de la Covid-19 fue, sin dudas, la cuestión más relevante de la agenda pública. En 2021, gracias a la vacunación, las restricciones se fueron dejando atrás y se produjo, progresivamente, una nueva normalidad. Sin embargo, lejos de desaparecer con el fin de las restricciones, el fenómeno del antisemitismo relacionado con la pandemia se modificó al compás de los nuevos acontecimientos.

Las primeras acusaciones hacia los judíos vinculaban el origen del virus a miembros de la comunidad que tenían por objetivo promover un nuevo orden mundial. Con la llegada de las vacunas, el contenido de la difamación cambió para apuntar también a supuestas estrategias destinadas a instalar el "nuevo orden mundial", pero esta vez para controlar a la población a través de la inoculación contra la Covid-19. Posteriormente, con las normativas que acompañaban la vacunación, como la adopción del pase sanitario, se observó una nueva línea discursiva de quienes banalizan el Holocausto, que establecieron paralelismos entre las políticas sanitarias y las leyes del nazismo. Un claro ejemplo de esto fueron las manifestaciones virtuales y en la vía pública con banderas contra el "pase nazitario", así como escraches a periodistas y medios de comunicación. Si bien los argumentos se fueron modificando durante la pandemia, el núcleo del libelo de dominación mundial se mantiene intacto, especialmente en grupos que adhieren a teorías conspirativas y grupos de ultraderecha.

En el siguiente enlace se puede consultar el informe completo:
<https://www.observatorioweb.org/informes-del-ow>



Las acusaciones contra los judíos vincularon el origen del virus y, posteriormente, las campañas de vacunación a conspiraciones para promover un nuevo orden mundial y controlar a la población.

Conclusiones

A diferencia del 2020 -cuando el antisemitismo estuvo relacionado en gran medida con teorías conspirativas respecto del origen de la pandemia y con resonantes casos donde personas judías no cumplían con las normas sanitarias establecidas y eran señaladas por su fe-, el 2021 se destacó por el antisemitismo producto del conflicto bélico entre Israel y el grupo terrorista Hamas durante mayo de ese año. Como se desprende del contenido analizado de las redes sociales y de los comentarios de usuarios en portales digitales, se registra un pico de producción de contenido que coincide con el advenimiento del conflicto. Es claro que la coyuntura de Israel repercute en cómo son vistos los judíos en todo el mundo.

Repitiendo la tendencia de los últimos años -y acentuada por el mencionado conflicto-, el antisemitismo se encuentra mayormente relacionado con Israel y el sionismo, pero esto se verificó no solo durante la escalada bélica sino también a lo largo del año. En todas las plataformas analizadas, se observa un preocupante fenómeno de equiparación y/o comparación de lo sucedido en el Holocausto en referencia al enfrentamiento palestino-israelí. La creciente relación entre el sionismo y el Holocausto se articula en base a la idea de que Israel o "los sionistas" hacen con el pueblo palestino lo mismo que le sucedió al pueblo judío durante la segunda guerra mundial. Estas acusaciones antisemitas van desde la afirmación de que judíos sionistas eran aliados de Hitler hasta las afirmaciones de que Israel utiliza con el pueblo palestino las mismas técnicas que empleaban los nazis con los judíos. Este fenómeno también es encontrado en imágenes donde se equiparan estrellas de David con esvásticas y caricaturas en las cuales los líderes israelíes son asimilados a líderes nazis.

En el buscador de Google se mantiene un nivel de antisemitismo bajo pero constante, con un leve aumento del 1,8% con respecto al año anterior. Con un total de antisemitismo del 4,86%, se destaca este tipo de contenido en los principales resultados de las búsquedas analizadas y un crecimiento del antisemitismo por tercer año consecutivo.

En el caso de YouTube -plataforma que es propiedad de Google Inc.-, se registra un leve pero constante descenso del antisemitismo, año a año, entre los principales resultados de búsqueda. Pero dentro de los videos antisemitas recopilados se destaca el incremento de videos antisemitas relacionados con "lo judío" con respecto al año anterior. Estos videos contienen desde afirmaciones como "anticristos" judíos, hasta conspiraciones sobre "cómo los judíos consiguen sus fortunas". El tópico "sionismo" sigue siendo donde se encuentra la mayoría del antisemitismo en esa red social.



Conclusiones

El bajo y constante nivel de antisemitismo en las dos plataformas antes descritas puede deberse a diversos factores como la moderación ejercida por Google. Esto tiene como consecuencia la migración de usuarios a plataformas sin moderación como Bitchute y 4chan, y a recibir un posicionamiento más bajo –y de menor visibilidad- en el buscador, producto de cómo la compañía organiza el contenido. Si bien el contenido muchas veces sigue circulando en Internet, lo cierto es que resulta menos accesible al público general, lo cual a priori puede verse como un hecho positivo, pero no debe ser entendido como un indicador de que deben mermar los esfuerzos para combatir el antisemitismo en Internet.

Los foros de comentarios en los principales portales de medios de comunicación en Internet muestran una gran disparidad en el nivel de antisemitismo de los distintos países y sitios digitales. En términos generales, el contenido de odio experimenta un descenso marcado en los últimos dos años. En parte, esto puede deberse a una menor actividad en dichas plataformas, reemplazadas por el uso de redes sociales y por una mayor moderación de parte de las empresas de comunicación. Es llamativo el caso de Brasil, donde el antisemitismo relacionado con el Holocausto es más común que el vinculado a Israel, como se percibe en el resto de los países analizados. Este dato resulta una llamada de atención respecto al negacionismo del Holocausto en la sociedad brasileña.

En el caso de Twitter, el conflicto en Medio Oriente tuvo un impacto significativo en la estadística general, ya que es el fenómeno con mayor relevancia del 2021. A pesar de eso, se observa un leve descenso del antisemitismo en esa red social, en torno del 0,90%. Otra notable diferencia con los años anteriores es el marcado aumento del contenido negativo en gran medida vinculado a críticas a Israel. La imagen positiva que Israel logró construir relacionada con el eficiente manejo de la emergencia sanitaria que planteó la pandemia, quedó en el pasado. Durante el mes de mayo del 2021 se recopilaron casi 3 millones de contenidos, de los cuales 2,2 millones son desfavorables. Es claro que la imagen negativa de Israel durante la escalada bélica impactó en la percepción de la sociedad sobre las comunidades judías. En cuanto a las impresiones potenciales, el contenido crítico es el único cuya impresión generada supera al porcentaje de contenido recopilado, lo cual demuestra que este tipo de publicaciones son las que mayor alcance tienen. Por el contrario, el contenido antisemita es el que menos impresiones genera, con un alcance muy por debajo del porcentaje recopilado.

En Facebook se repite la misma lógica de Twitter. Una gran proporción del contenido analizado se originó durante el conflicto armado, mientras que el contenido antisemita estuvo relacionado mayormente con el término "sionismo". En ambas redes sociales es llamativa la aparición del concepto "Nuevo orden mundial", una versión moderna y algo tamizada de los Protocolos de los Sabios de Sion, obra antisemita que plantea un libelo de dominación mundial de parte de los judíos.



Comentarios finales

La comunicación se modifica tanto como las sociedades; pero los discursos de odio, lamentablemente, se mantienen vigentes. Mientras que las relaciones entre las personas se encuentran reguladas por normas sociales y estatales, las interacciones en Internet también deben regirse por reglas democráticas que respeten la libertad de expresión, así como el derecho a la no discriminación.

En cuanto al antisemitismo, existe una amplia gama de discursos y libelos, muchos de los cuales acumulan siglos de historia en tanto que otros son más recientes. A la hora de identificar en las redes sociales de dónde provienen dichos discursos, nos encontramos con dos tipos de fuentes. Por un lado, personas aisladas que demuestran su odio hacia los judíos de manera individual y, por el otro, grupos organizados cuya plataforma política y principal motivo de existencia es el odio a los judíos, entre otras minorías.

Si bien la problemática del antisemitismo se verifica en gran parte del mundo, es importante remarcar que en cada región posee características particulares. El fenómeno del antisemitismo en Europa o América del Norte, por ejemplo, difiere del que se manifiesta en Latinoamérica. En esta región puede existir un menor nivel de violencia física hacia los judíos y los grupos organizados en torno al odio a judíos son marginales. Sin embargo, es de vital importancia mantenerse alerta ante hechos de violencia y, especialmente, ante el ascenso o crecimiento de agrupaciones políticas que pregonen ideologías de odio.

Los Estados, por su parte, deben promover la creación de entornos sin discriminación en todos los aspectos de la vida social, donde Internet se destaca como un espacio de creciente importancia en términos de la cantidad de interacciones que allí suceden. En este sentido, deben impulsarse espacios de reflexión y políticas educativas que fomenten la diversidad, la convivencia y el respeto no solo en los establecimientos escolares.

A pesar de que las empresas de redes sociales cuentan con políticas de moderación de contenido y equipos de moderadores, estas acciones no son suficientes. Estas compañías deben ser proactivas tanto en auto-regularse como en aceptar las disposiciones de los países en los que están presentes. La auditoría de los algoritmos, al igual que las campañas para fomentar la diversidad y el respeto entre los usuarios de plataformas online, debe ser un eje central de la política de las empresas de redes sociales. En esta línea, las organizaciones no gubernamentales también deben tomar un rol proactivo analizando los hechos, detectando problemas y promoviendo cambios en las plataformas que ayuden a crear entornos más seguros y donde se permita el libre ejercicio de los derechos de las personas.

La falta de mecanismos de accountability (responsabilidad) en Internet es un problema en distintos niveles. Mientras que las empresas de redes sociales deben ser más transparentes y rendir cuentas ante la sociedad por el contenido que allí es promocionado, el rol de las organizaciones no gubernamentales y de los Estados en sus distintos niveles es fundamental a la hora de prevenir la difusión del antisemitismo y otros discursos de odio. Asimismo, el uso de Inteligencia Artificial (IA), muy en boga desde hace unos años, es crucial actualmente.



Comentarios finales

Los algoritmos de IA pueden utilizarse para múltiples propósitos, como el desarrollo de mecanismos para crear alertas tempranas y prevenir la difusión de discursos de odio, o de herramientas para moderar, ordenar, jerarquizar y priorizar contenido, hasta para generar contenido sin la intervención directa de seres humanos. No obstante, y a pesar de que a veces adquieren una apariencia de autonomía o “vida propia”, es importante comprender que los algoritmos de IA tienen una base humana y una responsabilidad que se origina en quién y cómo los desarrolla. Lejos de ser neutrales, pueden reproducir o inclusive promocionar el odio en Internet.

La migración de usuarios que promueven discursos de odio a plataformas web cerradas es uno de los peligros que identificamos desde el Observatorio Web. Este fenómeno se ha visto, dentro y fuera de Latinoamérica, por parte de agrupaciones de extrema derecha y grupos que difunden conspiraciones. Con distintos niveles de organización interna, se proponen sumar adeptos y promocionar ideologías de odio mediante las redes sociales. Al hacer contacto con ellas, rápidamente buscan pasar a canales privados de Telegram y a redes sociales sin políticas de moderación que fueron creadas para fomentar discursos de odio y contenido ilegal.

Los Estados deben capacitar a sus oficiales de Justicia en términos de discriminación y discursos de odio, así como también facilitar las herramientas necesarias para la investigación de delitos en Internet. Las empresas de redes sociales, a su vez, deben asegurarse de brindar toda la información que es requerida por la Justicia con el fin de perseguir los delitos de odio.

Todos los datos analizados en este informe remiten a redes sociales y canales online abiertos, que pueden ser objeto de seguimiento y medición. Dada esta tendencia a la migración de algunas audiencias a canales cerrados y sitios web alternativos para eludir las políticas de regulación de contenidos que adoptan las principales empresas de Internet, es clave poder entender con claridad el tipo de contenido y el volumen de información que circula en estas nuevas plataformas.

A modo de conclusión, la lucha contra el antisemitismo y los discursos de odio en Internet es un desafío que debe ser abordado por una multiplicidad de actores: Estados, empresas, organizaciones de la sociedad civil y los propios usuarios. Internet y las redes sociales nos ofrecen un sinnúmero de beneficios, pero debemos usarlos con responsabilidad. Desde el Observatorio Web hacemos un llamamiento a cada uno de estos actores, con su respectivo grado de responsabilidad, para que se establezcan consensos de trabajo para la creación de espacios seguros y libres de discriminación en Internet.



III Apartado metodológico

Para la elaboración de este informe se utilizó información teniendo en cuenta el idioma y su relevancia. En cuanto a lo primero, todo el material es en idioma español, con excepción del análisis de comentarios realizado en medios digitales de Brasil. Con respecto a la relevancia, se utilizaron palabras clave vinculadas al judaísmo y a Israel. Las mismas se obtienen de la herramienta Google Trends, y el requisito es que tuviesen 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”.

Twitter: Se recopilaron contenidos en Twitter mediante una plataforma de social listening. La plataforma se basa en algoritmos de sentimentalización e inteligencia artificial para conformar las categorías analizadas en el presente informe. Dicha herramienta se complementa con el trabajo de interpretación de nuestros analistas.

Facebook: Mediante la plataforma de social listening, se analizaron posteos que contienen palabras clave en las páginas de Facebook de los principales medios digitales de cada país. Las páginas analizadas son: Clarín, La Nación, Infobae, Emol, La Tercera, BioBio, El Tiempo, Las 2 orillas, Pulzo, El Mundo, El País, La Vanguardia, El Observador, El País UY, Portal Montevideo.

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, El Observador, El País, El tiempo, Emol, Folha Sao Pablo, G1, La estrella de Panamá, La Nación, La tercera, Las 2 orillas, Metropoles, Montevideo Portal, Prensa, 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. Cabe aclarar que el portal digital Infobae ya no permite comentarios en su plataforma web.

Construcción de categorías y definiciones:

- Para la definición de antisemitismo se utilizó la elaborada por la IHRA (Alianza Internacional para el Recuerdo del Holocausto): “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”¹¹.
- La categoría “positivo” hace referencia a contenidos que destaquen la imagen de Israel, las comunidades judías, las tradiciones religiosas, el repudio a hechos antisemitas, los pedidos de justicia sobre atentados y la memoria del Holocausto.
- Se entiende por “negativo” a los contenidos que critiquen legítimamente a Israel, banalicen y/o relativicen el Holocausto sin que esto conlleve un discurso de odio, y que critiquen a las entidades de las comunidades judías.

Este informe fue elaborado por Ariel Seidler y Ariel Grosman.

11-<https://www.holocaustremembrance.com/es/resources/working-definitions-charters/definicion-del-antisemitismo-de-la-alianza-internacional>





observatorionweb



Acerca del 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. Trabaja desde un abordaje multidisciplinario, junto 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.

