

Resum de la ponència

Identificació dels discursos d'odi. concepte, causes i conseqüències

Dr. Steven Forti, professor agregat a la Universitat Autònoma de Barcelona. Especialitzat en l'estudi dels feixismes, nacionalismes i extremes dretes en l'època contemporània

Els discursos d'odi als mitjans de comunicació i a les xarxes socials és un tema difícil d'abordar. Hi ha un debat sobre com podem definir els discursos d'odi, així les Nacions Unides els defineix com: "Qualsevol tipus de comunicació oral, escrita o conductual, que atempti o utilitzi un llenguatge pejoratiu o discriminatori en referència a una persona o a un grup per raó de qui és, és a dir, per la seva religió, ètnia, nacionalitat, raça, color, descendència, gènere o un altre factor d'identitat".

Avui dia, els discursos d'odi preocupen molt a les institucions. Antonio Gutiérrez, secretari de Nacions Unides: "Hem de fer front a la intolerància, treballant per aturar l'odi que s'estén com un regueró de pólvora per internet".

Les noves tecnologies, especialment les xarxes socials, permeten i afavoreixen la difusió de mentides, falsos rumors, conspiracions i també discursos de l'odi. No podem oblidar un element clau en la transformació d'internet, el pas d'una relació passiva entre l'espectador (ràdio, televisió) a no només produir una interrelació, sinó que l'usuari pot produir contingut. Aquest és un canvi radical important.

Les xarxes han interconnectat el món, han afavorit la viralització instantània i han accelerat la distribució de teories conspiratives, a qui ningú hauria de donar credibilitat, i de contingut emocional, vinculat a la por o l'odi. Els continguts visuals, els més violents o emotius, són els que permeten la viralització més ràpida d'un contingut.

D'aquesta manera s'ha generat una "postveritat" on els fets objectius són menys influents en la formació de l'opinió pública que les apel·lacions a les emocions i les creences personals. Els fets objectius estan per sota de les emocions, que és el caldo de cultiu més favorable als discursos d'odi i més quan la confiança en les institucions democràtiques a Europa està per sota del 30%. Hi ha una gran desconfiança de la ciutadania envers institucions, els mitjans de comunicació tradicionals i els experts.

La nova extrema dreta no és el feixisme. Calen ulleres diferents per analitzar el fenomen. Aquesta nova extrema dreta està disposada a fer guerres culturals, tenen grans connexions internacionals, estudien models d'èxit com el d'Orbán a Hongria, tenen una agenda molt conservadora i una gran afició a la provocació, a la transgressió i a la polèmica ja que volen marcar el debat públic i l'agenda mediàtica. Fan un ús molt agressiu de la propaganda amb la finalitat de polaritzar la societat, cosa que ja han aconseguit, i per confondre, augmentar la desconfiança i deconstruir la realitat compartida.

Bolsonaro al Brasil, Milei a Argentina, Trump als Estats Units, Orbán a Hongria, Salvini i Meloni a Itàlia o Abascal a Espanya formen part d'aquest entramat, ben connectat, que no només té bons resultats electorals sinó que ha mogut el discurs públic i ha "ultradretitzat" l'agenda. Les conseqüències ja es veuen. Bona part dels mitjans de comunicació tradicionals ja han "comprat" l'agenda extremista per generar visites. Les

connexions entre les crides a l'odi a les xarxes i els aldarulls al carrer existeixen i les denúncies per delictes d'odi a Espanya van pujar un 43% l'any 2022, segons dades del ministeri de l'Interior. Les de racisme i xenofòbia ho van fer un 25%.

Hi ha molta opacitat a les grans plataformes: Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, i manca de control per part dels poders públics. El funcionament dels algoritmes és opac i és el què determina què veiem i què no, no sabem com funcionen però sabem que afavoreixen la difusió i la viralització de contingut que provoqui emocions, ja siguin positives o negatives. No hi ha cap control públic sobre elles. D'aquí a 30 o 40 anys no comprendrem perquè no les vam controlar abans.

Cal lluitar per democratitzar l'espai digital i controlar de forma democràtica les plataformes de Mark Zuckerberg o Elon Musk, augmentar l'alfabetització digital i arribar a consensos, buscant també la dreta moderada d'arrel liberal o democristiana, contra els discursos d'odi que només afavoreixen l'extrema dreta.

Hi ha un altre concepte que utilitza l'extrema dreta i aquest és el populisme. Un concepte bastant qüestionable, ja que hi ha qui considera que és una ideologia i qui considera que és una retòrica, un llenguatge, un estil, aquesta és la interpretació més útil perquè no té un corpus doctrinal, sinó que és una forma de fer política, una manera de comunicar. L'extrema dreta utilitza un estil populista.

Les noves extremes dretes tenen molts elements en comú i unes xarxes transnacionals molt ben treballades i relacionades, comparteixen idees, llenguatges, difonen campanyes al mateix temps, sobretot a les xarxes socials, i treballen per elaborar una agenda comuna i posar en comú pràctiques exitoses. Tots ells han estat a Budapest, i Hongria s'ha convertit en un model de com destruir una democràcia liberal. Hi ha qui parla d'una internacional reaccionària, que és un terme qüestionable però que ens mostra que entre aquestes formacions i fundacions polítiques que defensen una agenda ultraconservadora i creen i difonen discursos de l'odi que després tenen un impacte electoral, però també social i cultural entre les nostres societats, existeix una espessa xarxa a nivell global que va més enllà del continent europeu.

Els elements comuns d'aquestes formacions no són només els ideològics, l'ultra nacionalisme, la crítica del multilateralisme, la crítica del globalisme, de les institucions internacionals en el cas europeu, sinó també els valors ultraconservadors, la xenofòbia, el nativisme, l'identitarisme i la islamofòbia i també l'antiprogressisme, que s'ha convertit en la nova bandera d'aquestes formacions polítiques.

Defensen un seguit d'estratègies polítiques i pràctiques compartides, que tenen a veure sobretot amb la propaganda i amb la comunicació. Una propaganda molt agressiva que supera la línia vermella del que és acceptable dir en una societat democràtica, utilitzant el tripijoc de que defensen la llibertat d'expressió.

Aquestes formacions polítiques juguen molt amb la provocació, en presentar-se com a transgressores, antisistema, rebels. Aquesta transgressió, des del punt de vista comunicatiu connecta amb una estratègia que utilitzen les extremes dretes que es relaciona amb el discurs de l'odi: són les guerres culturals que no és el mateix que la batalla cultural, la lluita per l'hegemonia cultural, la necessitat de canviar la forma de pensar de la gent, d'ocupar espai a la societat civil per llavors obtenir una hegemonia

política. La batalla cultural no és negativa, les guerres culturals són una altra cosa, utilitzen temes divisius per a la societat perquè són de debat públic, els magnifiquen, els converteixen en temes polaritzants, crispen la societat amb aquests temes i sobretot intenten trencar els cribatges esquerra – dreta i al mateix temps marquen el debat públic i l'agenda mediàtica perquè es parli d'aquestes coses i no d'unes altres. Un clar exemple el tenim amb el senyor Trump, quan era president dels EEUU, de nit deixava anar alguna bajanada molt provocadora a les xarxes socials, no perquè anés begut o fos un boig, sinó com a estratègia perquè al dia següent tothom parlés d'aquest tema. Acostumaven a ser temes divisius sobre els progrés, el col·lectiu LGBTI, sobre el mur que deia que construiria a Mèxic, etc.

Això connecta amb una estratègia que utilitza l'extrema dreta, sense tenir conseqüències negatives a nivell electoral, que és la qüestió del "tacticisme". Aquestes formacions poden canviar de posicionament molt ràpidament, també en temes cabdals, tenim com exemple la postura de VOX davant la pandèmia, quan arribaven les primeres notícies sobre Itàlia s'havia de tancar tot, el govern era un govern assassí perquè havia permès la manifestació del 8 de març de 2020 i després, al cap de dues setmanes quan es va aprovar l'estat d'alarma deien que s'havia d'obrir tot perquè l'economia no podia parar. Bé, doncs aparentment això no els va costar res a nivell electoral i és una contradicció real.

Les xarxes globals difonen notícies falses, difonen discursos de l'odi i financen aquestes formacions polítiques. Un exemple el tenim amb els busos transfòbics de "Hazte Oír". Hazte Oír és una d'aquestes xarxes que no només es mouen a nivell estatal i europeu, sinó també global. Hazte Oír l'any 2013 va crear el seu apèndix internacional "Citis and go" que opera en campanyes anti ampliació de drets, a nivell mundial. Recentment han posat en circulació a diferents ciutats espanyoles una campanya amb una imatge gegant de Pedro Sánchez vestit de Hitler, difonent així pels carrers i a les xarxes socials discursos d'odi.

Mencionar també la xarxa que VOX ha aconseguit forjar els darrers anys a l'Amèrica Llatina, amb figures com Bolsonaro, Milei o Kast a Xile, a partir de l'anomenat "Foro de Madrid". Anualment organitzen trobades regionals a Llatinoamèrica on s'ajunten centenars i en alguns casos milers de polítics, influencers, periodistes... dels sectors d'extrema dreta i conservadors i comparteixen aquestes idees, campanyes i discursos d'odi.

No és casualitat que l'extrema dreta utilitzi aquestes estratègies, perquè els seus principals objectius són ultradretar el debat públic i moure l'anomenada [finestra d'Overton](#), moure a la dreta tot l'espectre polític. L'objectiu és polaritzar i crispar la societat, semblar confusió, augmentar la desconfiança envers les institucions, els experts, els mitjans de comunicació tradicionals i, finalment, desconstruir la realitat compartida.

Recordem una imatge de fa un any, després de la victòria de Lula al Brasil, es van reunir centenars de militants bolsonaristes en una plaça de Porto Alegre, de nit, i es van posar els mòbils encesos sobre el cap perquè pensaven que es connectarien amb alienígenes que havien vingut a alliberar el Brasil de la suposada dictadura social del comunista Lula. Això ens provoca una riallada, pensant que aquesta gent està xalada i possiblement ho estigui, però ens mostra que no només hi ha una idea, existeix una

mateixa realitat compartida. Aquesta gent i nosaltres no només pensem diferent, sinó que pensem que la realitat és una cosa diferent.

Les estratègies que utilitza l'extrema dreta són moltes, una d'elles és **la utilització de memes** que difonen un discurs de l'odi. Un exemple el tenim amb el famós meme de la granota Pepe, un dibuix animat transformat en Trump, que va ser utilitzat per la dreta alternativa americana en la campanya en la que Trump va guanyar la presidència dels EEUU. Es va convertir en un meme que difonia temes clarament antisemites. Al principi no tenia cap vincle amb cap opció política i va ser utilitzat per defensar i difondre el discurs de l'odi a través d'imatges, d'una forma aparentment irònica.

Hi ha altres estratègies que s'utilitzen a les xarxes socials com el **shitposting** (postejar merda) o el **shitstorming** (tempesta de merda), que són atacs a qui pensa diferent o la voluntat de trencar discussions serioses i constructives, omplint les xarxes de "merda" per caldejar l'ambient. Existeixen comptes automatitzats o falsos anomenats "**bots**" o comptes provocadors com els "**trolls**" que cada vegada són més difícils de descobrir i gràcies al "**machine learning**", aprenentatge automàtic, poden mantenir una conversa amb un humà, sense que al darrera hi hagi algú. El machine learning és una branca de la intel·ligència artificial que permet que les màquines aprenguin sense ser expressament programades.

Una altra estratègia és el "**sentiment analysis**", que Salvini va fer molt bé a Itàlia fent un anàlisi de les emocions de les xarxes socials per difondre material. Jugant amb el funcionament dels algoritmes coneixien la conversa dominant i l'estat d'ànim de les audiències i potencials electors per prendre decisions sobre quins continguts publicar per viralitzar les emocions.

Una altra estratègia és el que s'anomena la **perfilació de dades**, una amenaça real al funcionament de les democràcies. La consultoria Cambridge Analytica va fer servir les dades personals de fins a 50 milions de persones per ajudar Trump a ser president dels Estats Units i per assegurar la victòria del Brexit al Regne Unit. Es van analitzar les dades a través de la intel·ligència artificial i el machine learning, per "llegir la ment dels votants" i això va possibilitar enviar propaganda personalitzada.

Un altre punt a destacar és la **polarització afectiva**. Del terme polarització política se'n deriven dos conceptes, la polarització ideològica, que fa referència als diferents posicionaments que pren la ciutadania sobre temes o polítiques que es debaten a l'esfera pública i, la polarització afectiva, que es caracteritza perquè inclou els sentiments que una persona pot tenir respecte dels partits polítics, i els seus líders i partidaris. A partir d'aquí, es diferencien els sentiments positius que es desprenen a partir de l'afinitat amb el mateix partit, i els sentiments negatius o fins i tot hostils que es generen contra altres formacions i partidaris polítics. La polarització afectiva és preocupant perquè va més enllà de les discrepàncies que pot tenir la població envers els temes centrals de debat en l'esfera pública. La ciutadania es deixa portar pels diferents "odis" i "amors" el que porta a entendre la política des d'una perspectiva reduïda de "nosaltres" enfront "d'ells"

La fase següent és la **finestra d'Overton**, que és el que ha aconseguit l'extrema dreta, ultradretar l'agenda mediàtica i el debat públic. La finestra d'Overton porta el nom de

l'acadèmic que va explicar aquesta idea. Overton va utilitzar la metàfora de la finestra amb la intenció de transmetre la idea d'un espai estret i ben delimitat, mitjançant el qual podem mirar unes coses i no unes altres. Com qualsevol finestra, es tracta d'una estructura que està construïda intencional i estratègicament per algú i qui la construeix són els grups que tenen cert nivell d'autoritat i de control polític. La finestra d'Overton es pot moure d'acord amb l'interès en curs i conforme la possibilitat de ser acceptada per una majoria. Els seus límits poden fer-se més amplis o més estrets, depenent de la idea que vol justificar-se davant l'opinió pública, per això es coneix també com "finestra de les oportunitats" i "finestra de l'acceptabilitat"

Un altre element molt important és **jugar amb les emocions**, passant de la por a l'odi. Estem en societats on la percepció de la por, el pànic, el temor cap als molts canvis que estem vivint, és notable i normal. La qüestió és que aquestes sensacions es converteixen en pors exacerbades que després es transformen en odi. Un exemple perfecte és el cartell de VOX a les eleccions madrilenyes de l'any 2021, on es veia un noi racialitzat i es donava entendre que era un menor estranger no acompanyat (MENA) i que suposadament tenia més diners que una senyora jubilada. La por a l'estranger, que a més es presenta amb la cara tapada, com a radical, en front una senyora gran, molt maca.

La **teoria de la conspiració** és important perquè connecta amb totes aquestes estratègies, facilitades per les xarxes socials, per tal de polaritzar la societat, d'augmentar la desconfiança i també per trencar la idea d'una realitat compartida. És la **teoria del "gran reemplaçament"**, utilitzada clarament pels partits d'extrema dreta que la citen explícitament en els seus discursos. Sovint la teoria es fa servir com argument per defensar la identitat pròpia, el nacionalisme europeu i cristià, contra el "genocidi blanc". Entre els disseminadors d'aquesta teoria destaquen personalitats com Éric Zemmour, Marine le Pen, Viktor Orbán o Santiago Abascal, així com els seus seguidors a les xarxes socials i a les manifestacions ultradretanes. Aquesta teoria connecta amb el Plan Kalergi, la teoria conspirativa que utilitzen els partits d'ultradreta contra la Unió Europea. Kalergi era un intel·lectual austríac que defensava una Europa unificada i mai va parlar de substitució ètnica, però 30 anys després de la seva mort, el seu nom va aparèixer en un llibre publicat l'any 2005 pel neofeixista Gerd Honsik, on reproduïa textualment diversos paràgrafs de les obres de Kalergi, però els treia de context. Defensava que des dels anys 50 existia un pla de substitució ètnic que es vincula a les elits europees. Això mateix ho va utilitzar Orbán contra Soros en una polèmica i agressiva campanya publicitària contra la immigració que mostrava una imatge de Soros rient amb el text "No deixem que Soros rigui l'últim", una referència a les afirmacions del govern de que Soros vol que Hongria obri les seves portes a la migració.

Una altra teoria de la conspiració que es va difondre per les eleccions presidencials dels EEUU l'any 2016, i que es va fer viral, és el Pizzagate. Suposadament, als sotans d'una pizzeria de Washington hi havia una xarxa pedòfila en la que hi participaven Bill i Hillary Clinton i el mateix Obama. Les conseqüències van ser que un home es va presentar al restaurant amb un rifle per alliberar els nens.

El mateix passa amb el QAnon, una absurda teoria de la conspiració de l'extrema dreta estatunidenca que té a Trump com el seu "messies". Aquest fenomen semblava estar acotat a internet i considerat com a propi de "grillats", fins que el dia de l'assalt al Capitoli dels Estats Units aquesta percepció va canviar.

Resumint, podem dir que les conseqüències més pràctiques d'aquest discurs de l'odi són: l'ultradretització de l'agenda mediàtica, la manca de moderació de les xarxes socials, l'acceptació per part de la població de diferents teories consperanoiques i l'augment de prejudicis per raons racials, ètniques, religioses i de gènere. També els crims d'odi, que poden ser incidents, assassinats o matances en són una conseqüència directa.

Tanquem amb una part propositiva, apuntant tres idees concretes:

- 1) **Els valors de l'educació cívica**, cal més alfabetització digital i no només per saber utilitzar les noves tecnologies, sinó també per saber entendre-les i saber discernir la palla del blat. Desenvolupar un pensament crític que es relacioni amb el món digitalitzat.
- 2) **Democratització de l'espai digital**. Com a societat civil hem de fer un esforç perquè en el futur s'arribi a una democratització de l'espai digital. Les grans plataformes estan oferint un servei públic però estan en mans privades, que fan i desfan com volen, sense cap tipus de transparència sobre el funcionament de les xarxes socials.
- 3) I per últim, cal arribar a un consens entre la societat i les institucions públiques per **condemnar els discursos de l'odi i evitar la seva normalització**. Es pot fer a través de declaracions públiques i després d'aquestes declaracions arribar a un consens que inclogui també la dreta democràtica que s'està radicalitzant.