



III. Ciberciudadanía, ética y valores

Categorización de narrativas de odio en redes sociales bajo metodología multimodal

Categorization of hate narratives in social networks under multimodal methodology

Marco López-Paredes

OdeCom, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador
mvlopez@puce.edu.ec

Jorge Cruz-Silva

OdeCom, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador
jacruz@puce.edu.ec

Branco Di-Fátima

LabCom-Universidade da Beira Interior, Portugal
brancodifatima@labcom.ubi.pt

Resumen

El trabajo propone una base teórica/metodológica para el análisis de contenido sobre odio en entornos digitales. La propuesta tiene su génesis en los elementos de la metodología multimodal y sus tres pilares constitutivos: modo, campo y tenor. Se propone explicar los discursos de odio en relación con los contextos en los cuales se desarrollan, los actores que son parte de la dinámica comunicacional, las temáticas que se escogen y las formas en las que se producen. La investigación ofrece una matriz de análisis para estudiar este tipo de discurso, con muchas reflexiones y aristas en los entornos digitales.

Abstract

The paper proposes a theoretical/methodological basis for content analysis on hate in digital environments. The proposal has its genesis in the elements of multimodal methodology and its three constituent pillars: mode, field and tenor. The aim is to explain hate speeches in relation to the contexts in which they are developed, the actors that are part of the communicational dynamics, the topics that are chosen and the ways in which they are produced. The research offers an analysis matrix to study this type of discourse, with many reflections and approaches in digital environments.

Palabras clave / Keywords

Discurso de odio; multimodalidad; redes sociales; análisis de contenido; narrativas digitales; metodología. Hate speech; multimodality; social networks; content analysis; digital narratives; methodology.

1. Introducción

El análisis multimodal es un trabajo conceptual que se puede trazar en los últimos veinte años, como la posibilidad de determinar significados (Adami, 2016) a partir de análisis no solo de los discursos, sino del contexto que los moldea y permite que se desarrollen de una u otra manera. El modo, elemento central de esta metodología, también se puede caracterizar como un recurso semiótico; en primera instancia se puede pensar en el mismo como en un canal o soporte que permite e invita a la transferencia de mensajes. Este canal se relaciona con los sentidos de construcción y circulación del mensaje también en lo referente a lo cultural.

Es así que cuando se habla de multimodalidad y su desarrollo se debe pensar en un enfoque de múltiples disciplinas, que aportan conceptos, métodos para la recogida y análisis de los diferentes espacios y momentos de las interacciones. El análisis multimodal entiende a la comunicación, y a las representaciones, como un evento que va más allá del manejo del lenguaje y de sus aplicaciones en la escritura, sino que ve la integralidad de un ensamble entre lo significativo de la lengua (Jewitt, 2013), más la acción situacional, es decir, relaciona el lenguaje al contexto y los elementos a disposición para que se construyan sentidos.

Jewitt refuerza la construcción del análisis multimodal partiendo de tres conjeturas conceptuales. En la primera, se refiere a cómo la lengua es el modo referencial, pues el habla y la escritura están presentes en todo conjunto multimodal. Como segundo supuesto, el uso cultural de los modos se pone en consideración. Se explica que todos los modos, el lenguaje incluido, tiene una naturaleza y génesis social, histórica y cultural y así cumplen las funciones para la colectividad en la que se gestan.

Como tercera y última conjetura, se identifica que los actores construyen sus significados de forma colaborativa, seleccionando y configurando los modos que utilizarán. Como señalan Yépez-Reyes et al. (2018), la interacción intermodal puede definirse inclusive como una parte de la producción del significado.

2. Planteamiento

2.1. Metodología multimodal

La definición de Adami (2016) sobre el análisis multimodal alude a dos aspectos. El primero tiene que ver con la metodología cualitativa que combina diferentes modos contenidos en textos y en fenómenos comunicacionales –tales como imágenes fijas y en movimiento, discursos, escritos, gestos y proxémica–, mientras que el segundo se refiere al desarrollo de teorías y herramientas de investigación sobre la representación y la comunicación. Es decir, el segundo aspecto alude a la construcción de metodologías apropiadas de acuerdo con cada situación y contexto para el análisis de estos fenómenos.

De esta manera, el análisis multimodal ha permitido, por ejemplo, estudiar y clasificar eventos en contextos digitales mediante el análisis de publicaciones en Instagram (Zeppelzauer & Schopfhauser, 2016), analizar publicaciones simultáneas en diferentes medios (crossposting) como Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y Pinterest (Adami, 2014) o la participa-

ción digital ciudadana de los jóvenes en espacios no políticos (Literat & Kligler-Vilenchik, 2018). Dado que el objeto de estudio de esta investigación se remite a recursos semióticos que circulan a través de redes sociales virtuales, a lo largo de esta investigación nos referiremos a ellos como mensajes digitales.

La fortaleza del análisis multimodal está dada por la inclusión de todos los elementos que participan en los mensajes sin escindir texto de imagen, sonido, movimiento, enlaces y otros elementos que conforman estos recursos que circulan en redes sociales, y que se conectan de maneras complejas gracias a una estructura rizomática (Deleuze & Guattari, 1987; Yépez-Reyes et al., 2018).

2.2. Multimodalidad y discurso

Es a partir de los postulados de Michael Halliday (1998) que la lengua se concibe como un sistema semiótico en el que interviene, indefectiblemente, el carácter social de la comunicación. Halliday sostiene que es por medio de la lengua que un ser humano se constituye en una persona capaz de funcionar en el seno de una sociedad.

Entendido el contexto social como un espacio semiótico multidimensional, en el que no solo operan los sistemas semióticos –la lengua incluida– sino también los sistemas sociales en los que tiene lugar la comunicación, se han propuesto tres variables que constituyen los ejes interdependientes de coordenadas del contexto situacional (Halliday et al., 1964; Halliday, 1998; Halliday & Matthiessen, 2014): (1) un «campo» de proceso social (lo que está sucediendo), (2) un «tenor» de relaciones sociales (quiénes son partícipes) y (3) un «modo» de interacción simbólica (cómo se intercambian los significados) (Halliday, 1998: 244). El campo se refiere al qué de la situación; esto es, la naturaleza de la actividad social y semiótica, así como al tema o asunto, relativo al dominio de la experiencia con la que se relaciona una actividad. El tenor tiene relación con quién o quiénes interactúan en la situación: los roles de los interlocutores –institucionales, de poder, de cercanía y contacto, sociométricos–, así como la carga de valor que los actores atribuyen al dominio. El modo se entiende como (a) el rol que la lengua u otro sistema semiótico desempeña en la situación social analizada: constitutiva o facilitadora; (b) la división de tareas entre el sistema lingüístico y otros sistemas semióticos, (c) la orientación del texto hacia el campo relacionado con el sistema retórico y la intención: informativo, didáctico, explicativo, etc.; (d) la orientación del texto hacia el tenor: persuasivo, exhortativo, polémico, etc., (e) la alternancia o los turnos: monológico, dialógico; (f) el medio: escrito, visual u oral, y (g) el canal (fónico o gráfico).

Si bien existen unas reglas y características propias definidas en el sistema semiótico, el mensaje mismo es susceptible de una mayor carga de significado a partir de una selección de palabras, acompañadas de la entonación, la mirada o los gestos, con potenciales significativos que trascienden el simple uso de la lengua (Jewitt, 2013). Estas nuevas maneras, o «modos» de comunicación interpersonal, incrementan el repertorio de posibilidades de selección expresiva, pero además multiplican las opciones interpretativas. Como se puede observar, todos estos factores hacen que, con lo cual el análisis se vuelva más complejo el hecho denominado mensaje.

Kress y Van-Leeuwen (2001) definen al «modo» como un conjunto de recursos o elementos configurados social y culturalmente para construir significado; esto es, un «canal» portador de sentido, representación o comunicación. La definición de un modo no es una característica universal y generalizada de un recurso, sino que lleva implícita una comprensión compartida por parte de los miembros de una comunidad. Los discursos de odio pueden estructurarse desde este momento con un fin definido, es decir, la pretensión de exponer o lesionar a un individuo, conjunto o grupo de estos.

La materialidad se refiere a cómo los modos se constituyen en un producto del trabajo de los agentes sociales para convertir objetos materiales en recursos culturales semióticos. La materialidad está asociada con el cuerpo y sus sentidos como el centro de los significados. Una prestación modal se refiere a las potencialidades o restricciones que un modo tiene para expresar, representar o comunicar. La prestación no es, por consiguiente, un asunto de percepción, sino un concepto complejo conectado con lo material, pero también con el uso histórico, social y cultural de un hecho. Desde esta perspectiva, los modos son aproximaciones parciales a la construcción de significado, por lo cual se hace necesaria una selección de modos que trabajen en conjunto para superar esta parcialidad.

Un conjunto modal es, por consiguiente, una representación o interacción que contiene más de un modo. Tiene relación con la acción deliberada de un agente constructor de significado. En este sentido, el conjunto modal puede verse como el resultado o huella del contexto social, los modos y prestaciones modales disponibles y la agencia del individuo que construye el mensaje. En virtud de la interacción entre los modos, se da una complementariedad entre los componentes de un conjunto modal, con el fin de configurar el significado total.

Finalmente, las funciones de significado están relacionadas con las tres diferentes dimensiones en las que la selección de los modos tiene lugar para la adquisición de significado: el plano o ideaciones, referido a las ideas y representaciones mentales que se comunican; el plano interpersonal, relacionado con los elementos compartidos entre los interlocutores que hacen factible la comunicación; y el plano textual, que tiene que ver con la organización de recursos y composición del mensaje en el conjunto modal.

2.3. El texto que no es texto

La realidad socio tecnológica contemporánea ha potenciado el repertorio expresivo cotidiano de los sujetos digitales gracias a la configuración de una creciente cultura digital, caracterizada por la preferencia de consumo de contenidos visuales y audiovisuales, que se podría relacionar con el campo; a la disponibilidad de medios y dispositivos portátiles de captura de audio, fotografía y vídeo para que las audiencias participen de la construcción de mensajes, relacionado con el tenor; y, a la proliferación de plataformas digitales de almacenamiento, compartición e interacción, verdaderos ecosistemas sociales cargados de funciones y posibilidades de expresión y selección de sentidos y significados, relacionado con el modo. El término «texto» presenta una base, un punto de partida, de comprensión del fenómeno comunicativo; sin embargo, su presencia e importancia van más allá del uso exclusivo de la secuencia de caracteres presentados de manera gráfica-impresa. Fisher (1989 en Lind, 2015)

reta el estatus del texto: para él, los lectores poseen estrategias previas para interpretar y utilizar los textos; es decir, determinan la forma de lo leído a partir de estas consideraciones.

Fisher fomenta la concepción de una comunidad interpretativa, un conjunto de prácticas que plantean premisas de interpretación, a partir de prácticas que se coordinan socialmente. Este planteamiento sugiere que, si las formas, reglas y disposiciones del texto cambian, el lector podrá seguir interpretándolo. Fisher sugiere, incluso, que el texto «se escribe» mientras los lectores lo decodifican. Se complementa esta idea al referirse a cómo los lectores interpretan e interactúan

con el texto, a partir de múltiples formas y a través de todos los medios tecnológicos de los que disponen, que genera un descubrimiento dinámico, e impredecible en ocasiones, de los significados. Una concepción similar se puede encontrar en la reflexión de Renó (2019: 34) cuando propone que el «texto significa todo lo que posee mensajes, no importando la combinación de palabras con una secuencia de letras».

2.4. Multimodalidad y discursos de odio

La multimodalidad enfrentada a discursos de odio, aporta a la selección y comprensión de los contenidos emitidos y las reacciones generadas en las audiencias, comprendiendo la manera en que se constituyen los contenidos en los espacios digitales y la manera en que estos pueden influir sobre las mismas.

Por lo tanto, se debe considerar que la técnica de análisis multimodal es aquella que: utiliza un enfoque interdisciplinario y provee conceptos, métodos y un marco para la recolección y análisis de los distintos aspectos de la interacción. Entiende a la comunicación y a la representación más allá de solo el lenguaje y cuestiona el anterior predominio de la escritura, a la que sigue considerando significativo, pero vista como parte de un ensamble multimodal, destacando la acción situacional, es decir el contexto y los recursos disponibles para la construcción de sentidos (Yépez-Reyes et al., 2018: 139).

Esta técnica efectúa un análisis minucioso respecto a los contenidos e interacciones que se generan en los espacios y entornos digitales, tomando en consideración que el significado

Tabla 1. Categorización de discursos de odio		
	Código	Descripción
Campo		
	E	Deporte
	P	Política
	En	Entretenimiento
Modo		
Palabras clave o descriptores.		Pueden ser varios según la categoría
Tenor		
	R	Racismo
	X	Xenofobia
	O	Odio religioso
	I	Intolerancia ideológica
	L+F	LGBTI + fobia
	D	Discriminación lingüística
	P	Preconcepto de cultura
	M	Misoginia
Tipología Narrativa		
	T	Texto
	I	Imagen
	V	Video
	M	Mixto (texto e imagen)

se comprende como el resultado de una «conexión iterativa entre: (a) el significado potencial de un artefacto semiótico material, (b) el significado potencial del contexto social y cultural en donde tiene lugar, y (c) en los recursos, intenciones y conocimientos que las personas aportan a este encuentro» (Yépez-Reyes et al., 2018: 139). Así las categorías sujetas a análisis multimodal y discursos de odio son:

3. Discusión y conclusiones

A medida que más y más personas se conectan a Internet, estas plataformas se han convertido en un importante canal de comunicación para quienes están en crisis y para las organizaciones que buscan ayudarlos. Sin embargo, el flujo constante de comunicación instantánea y sin filtrar también abre la posibilidad de convertir esta información en un arma, intencionalmente o no, de maneras que la provoquen, ofusquen o influyan, a menudo con consecuencias peligrosas o no deseadas. Las consecuencias de la polarización.

El discurso de odio es un concepto difícil de definir. Las «Big Platform», por ejemplo, no utilizan definiciones proporcionadas por leyes internacionales o locales. En cambio, bajo ese nombre, regulan una serie de expresiones no permitidas, que incluyen no solo discursos que inciten a la violencia o la discriminación, sino también insultos y expresiones discriminatorias. Las empresas tienen diferentes normas internas, aunque estas se han convertido en los últimos años. Algunos ejemplos de estas reglas se han definido en las categorías planteadas en este capítulo.

En comparación con los textos constitucionales o las normas elaboradas por los tribunales, las reglas internas de estas empresas son más específicas y granulares porque miles de moderadores deben aplicarlas de manera consistente a grandes volúmenes de contenido en segundos.

En este contexto, una de las tendencias más preocupantes es la creciente expresión de discursos de odio en las redes sociales, especialmente en tiempos de crisis o tensiones políticas o sociales. En este tipo de discurso, la intolerancia suele fomentar la generación y difusión



de mensajes de odio, que luego se amplifican a través de canales online. Estos mensajes son replicados en sistemas de comunicación analógicos y digitales, caracterizados por su capacidad de alimentar tensiones colectivas y desencadenar violencia contra miembros de otros grupos. El aumento de los ataques contra inmigrantes y otras minorías ha generado nuevas preocupaciones sobre la relación entre el discurso provocativo y la violencia en línea. Los hechos pueden causar o agravar el daño emocional, psíquico, social, material o incluso físico que sufren algunas personas. Tales incidentes han sido reporta-

dos en casi todos los continentes. Hoy en día, la cantidad de datos proporcionados por las redes sociales registra las interacciones humanas globales en una escala sin precedentes. Estas interacciones son un recurso valioso para analizar intereses comunes, instituciones y figuras públicas, pero ¿cuánto de esto se transforma también en un encuentro guiado por discursos de odio?

Básicamente, en un tejido tecnológico de influenciadores locales y globales, la comunicación afecta a todo y a todos. Gran parte de estos cambios de comunicación se pueden atribuir a la poca capacidad de identificar perfiles reales de aquellos «fake». Ahora bien, la multimodalidad se basa entonces en la intencionalidad del mensaje y sus niveles de construcción según el flujo de muestra (Figura 1).

Apoyos

El proyecto fue financiado por el Instituto Politécnico de Lisboa, programa IDICA, referencia IPL/2021/SocialHate_ESCS. Los autores agradecen y reconocen el trabajo mancomunado de la Escola Superior de Comunicacao Social del Instituto Politécnico de Lisboa y el Observatorio de Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Referencias

- Adami, E. (2014). Retweeting, reposting, repinning; Reshaping Identities Online: Towards a Social Semiotic Multimodal Analysis of Digital Remediation. *LEA-Lingue e letteratura d'Oriente e d'Occidente*, 3, 223–243. <https://doi.org/10.13128/LEA-1824-484x-15194>
- Adami, E. (2016). Multimodality. In O. Garcia, N. Flores, & M. Spotti (Eds.), *Oxford Handbook of Language and Society*. Oxford University Press.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1987). *A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia*. University of Minnesota Press. <https://bit.ly/3yWSaOd>
- Halliday, M.A.K. (1998). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y el significado*. Fondo de Cultura Económica. <https://bit.ly/3B98LAV>
- Halliday, M.A.K., & Matthiessen, C. (2014). *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. Routledge. <https://bit.ly/3B6SPzl>
- Halliday, M.A.K., McIntosh, A., & Strevens, P. (1964). *The linguistic sciences and language teaching*. Longman. <https://bit.ly/3yZmdop>
- Jewitt, C. (2013). Multimodal methods for researching digital technologies. In S. Price, C. Jewitt, & B. Brown (Eds.), *The SAGE Handbook of Digital Technology Research* (pp. 260-265). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446282229.n18>
- Kress, G., & Van-Leeuwen, T. (2001). *Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication*. Arnold Publishers. <https://bit.ly/3PsTjUN>
- Líterat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2018). Youth online political expression in non-political spaces: implications for civic education. *Learning, Media and Technology*, 43(4) 400-417. <https://doi.org/10.1080/17439884.2018.1504789>
- Renó, D. (2019). Perspectivas hacia un periodismo post contemporáneo. *ComHumanitas*, 10(2), 30-50. <https://doi.org/10.31207/rch.v10i2.199>
- Yépez-Reyes, V., López-Paredes, M., Cevallos, P., & Cruz, J. (2018). Construcción de una metodología para el análisis multimodal de fenómenos políticos, sociales y noticiosos en contextos digitales. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, E16, 134-144.
- Zeppelzauer, M., & Schopfhauser, D. (2016). Multimodal classification of events in social media. *Image And Vision Computing*, 53, 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.imavis.2015.12.004>

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva