

Dirección de Políticas contra la Discriminación
Coordinación de Investigaciones y Observatorios
Informe Anual 2020

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, pensar solamente en Internet como canal es limitarnos a ver una única arista de las nuevas tecnologías que permiten la comunicación a través de plataformas, precisamente porque la sigla INTERNET (*International Network of Computers*) fue creada para hablar de una red de computadoras conectadas entre sí, compartiendo información. Se denomina *Tecnologías de la Información y la Comunicación* (TICs) al conjunto de herramientas digitales que permiten la adquisición, producción, almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de información (datos, voz e imágenes).

Las TICs, según Marqués Graels, son

el conjunto de servicios, redes, software y dispositivos que proporcionan la informática y sus tecnologías asociadas –telemática y multimedia– así como los medios de comunicación social (“medios masivos”) y los medios de comunicación interpersonales tradicionales con soporte tecnológico (teléfono, fax, etc.). Por tanto, las TICs abarcan dispositivos tecnológicos como el celular, Internet, la computadora, la televisión y todos los servicios relacionados como redes sociales, blogs, foros, etc. así como los elementos técnicos que permiten su correcto funcionamiento.

Teniendo en cuenta la masividad de Internet y sus alcances, este Observatorio surge en el marco del Programa de Inclusión Digital (Disp. N.º 210-INADI/2009), así como de las acciones que se desprenden de la Disposición N.º 208-INADI/2012, con el objetivo de interceder ante situaciones de discriminación digital, a fin de resolver casos de expresiones discriminatorias, racistas o xenófobas registradas en esos ámbitos.

OBJETIVO GENERAL

Contribuir a la prevención y visibilización de los discursos sociales discriminatorios y de odio en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación que tengan por objeto a personas, grupos o comunidades, en el marco de la Ley N.º 23.592 de Actos Discriminatorios.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

A fin de identificar y relevar los discursos sociales discriminatorios y de odio que permiten analizar los distintos fenómenos sociales que se constituyen como entramados de ideas y preconceptos sobre el “otro” y que se manifiestan en el ámbito de las TICs, el Observatorio trabaja con dos tipos de datos: los que nos llegan a partir de las presentaciones realizadas ante la plataforma institucional de nuestro Observatorio Web, y los datos que recolectamos a través de la observación. La observación que se lleva adelante es la externa, directa o indirecta.

En su conjunto, los datos son analizados aplicando técnicas de análisis cuanti-cualitativas. La investigación cuantitativa utiliza datos para recopilar información concreta, como cifras. Estos datos son estructurados y estadísticos y a su vez brindan una forma de acercarse al fenómeno estudiado, lo sitúan y le dan un marco que permite extraer algunas conclusiones generales de la investigación. La investigación cualitativa permite la profundización y posibilita la descripción y análisis del fenómeno en sus particularidades.

DIMENSIONES DE ANÁLISIS

A partir de las presentaciones ciudadanas recibidas, ya sean provenientes de la interacción con nuestra plataforma institucional o derivadas de otras áreas sustantivas del INADI, el Observatorio genera una base de datos en la cual ordena la información desde 2019. En ella identifica los distintos tipos de discursos sociales discriminatorios y de odio que se manifiestan en el ámbito de las TICs a través de sus plataformas, ordenados por su contenido y forma hacia los distintos sujetos. Dicha matriz de datos organiza la información en las siguientes dimensiones de análisis:

- Grupo vulnerado o población afectada.
- Tipo de discriminación.
- Plataforma donde tuvo lugar.

Cabe aclarar que las presentaciones recibidas suelen referirse, principalmente, a dos tipos de situaciones:

- Aquellos casos en los que quien presenta un supuesto se considera afectado de forma directa por un discurso social.
- Presentaciones de usuarios de Internet que detectaron publicaciones que pueden afectar directamente a uno o distintos colectivos o grupos históricamente vulnerados.

Asimismo, corresponde destacar que las presentaciones realizadas ante el Observatorio no refieren necesariamente a una única situación, sino que muchas veces advierten sobre la construcción y reproducción de distintas publicaciones que abarcan diferentes tipos de discursos sociales, y que pueden estar en diversas plataformas digitales.

Los discursos sociales, en este sentido, cobran manifestaciones discriminatorias o de odio a través de las interacciones entre sujetos y estructuras de funcionamiento. Es importante entender este aspecto, para dimensionar la trascendencia de dichos fenómenos a nivel social y cultural.

La complejidad de estos supuestos es la que nos ha llevado a revisar y fortalecer nuestras propias variables y categorías de análisis permanentemente, conforme los contenidos y las formas de los discursos se resignifican históricamente.

A este respecto, vale mencionar que todas las presentaciones ingresadas requieren un análisis de perspectiva, que en algunos casos aún resulta inabarcable por falta de elementos disponibles o categorías vigentes. Son estos los casos que se destacan como “N / E” —no especificado— u “Otros”, en algunos casos por tratarse de fenómenos múltiples que implican una nueva investigación a profundizar y, en otros casos, por la propia limitación que consiste en el envío abstracto de información per se, sin una orientación continente.

Por lo mismo, al momento de realizar el presente informe nos encontramos trabajando en un nuevo formulario para el procesamiento de datos que permita una estructura básica para la orientación y el análisis en general.

DATOS

El total de interacciones se registró durante 2020 sobre la base de 504 presentaciones, número que duplica por demás las presentaciones de años anteriores. Un factor de relieve indispensable para interpretar este crecimiento se debe al contexto de emergencia sanitaria internacional en el que nos encontramos inmersxs debido a la pandemia de SARS CoV-2 (COVID-19) y sus respectivas medidas de aislamiento social y preventivo, condicionales que han resultado en el incremento significativo y determinante del uso de las TICs en general, con sus consecuentes repercusiones.

La llamada “nueva normalidad”¹, consistente —entre otros aspectos— en permanecer la mayor parte del tiempo en nuestras viviendas, ha impulsado notablemente las interacciones digitales como principal vía de comunicación con el mundo exterior, de manera que en muchos casos ha terminado por reemplazar elementos constitutivos de las personas tales como la sociabilidad y la construcción y reproducción de los núcleos de sentido.

La complejidad del compromiso psíquico y emocional que implica el cambio estructural de vida cotidiana en aislamiento ha volcado la mayoría de las pulsiones —tal y como funciona su carácter preponderante en la actualidad— hacia la virtualidad, en todas sus facetas. Es en este terreno en el que resultan posibles y, aún más en este marco, exacerbadas, sus múltiples manifestaciones.

GRÁFICOS

El Gráfico N.º 1 nos muestra el crecimiento del número de presentaciones que el Observatorio de Internet ha recibido durante el último año, en relación al año anterior. En 2019 recibimos 175 presentaciones, mientras que en 2020 fueron 504. Se puede observar entonces un crecimiento del 65 %.

De las 26 instituciones que conforman la máxima categoría del fútbol argentino desde 2021, detectamos que 18 cuentan con algún departamento (generalmente con rango de subcomisión) que trabaja estas temáticas, mientras que 8 no poseen ningún área destinada a tales fines.

¹ Hemos empleado esta formulación a fin de emparentar rápidamente con el concepto que se le ha impreso con frecuencia en este marco, aunque no por eso acordemos, sin embargo, con su significación. En esa tónica, recuperamos el brillante análisis —aún vigente— que Michel Foucault realizó el siglo pasado sobre el concepto de *normalidad*, entendiendo a este como un ejercicio de poder propio del sistema en que vivimos, en sus facetas disciplinaria y biopolítica, orientadas a uniformizar el sentido de las sociedades.

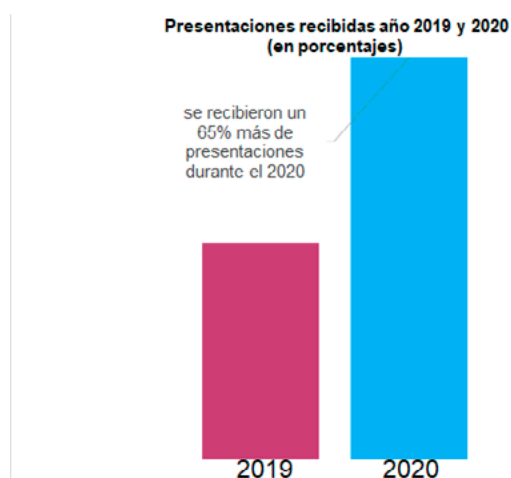


Gráfico N.º 1. Base Observatorio de Internet 2020.
Todas las presentaciones en las que se especifica información.

El Gráfico N.º 2 nos muestra que, a partir de las presentaciones recibidas, los discursos sociales discriminatorios apuntaron a los siguientes grupos: la principal población afectada fueron las personas pertenecientes a la comunidad LGBTTIQ+ (15,2 %), seguidas por las mujeres (9 %), el tercer lugar lo ocupan las personas discriminadas por su aspecto físico (7,3 %), seguido por las personas con discapacidad (6,8 %).

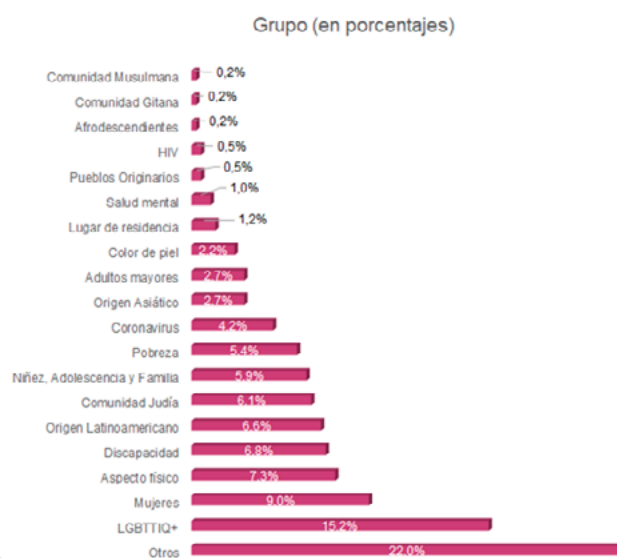


Gráfico N.º2. Base Observatorio de Internet 2020.
Todas las presentaciones en las que se especifica información.

Dentro de las presentaciones recibidas, y dada la situación ya descrita, hemos organizado la información del siguiente gráfico uniando aquellas presentaciones que se relacionaban tanto con personas con Coronavirus como con personas de origen asiático.

El Gráfico N.º 3 nos muestra cómo se distribuyen los tipos de discriminación enunciados para el grupo de personas que realizaron presentaciones en relación al coronavirus. El tipo de discriminación salud representa un 94,1 % de las mismas, mientras que el 5,9 % restante pertenece al tipo de discriminación xenofobia.

**Coronavirus / *Grupo personas con coronavirus*
asiáticos por tipo de discriminación.
(en porcentaje)**

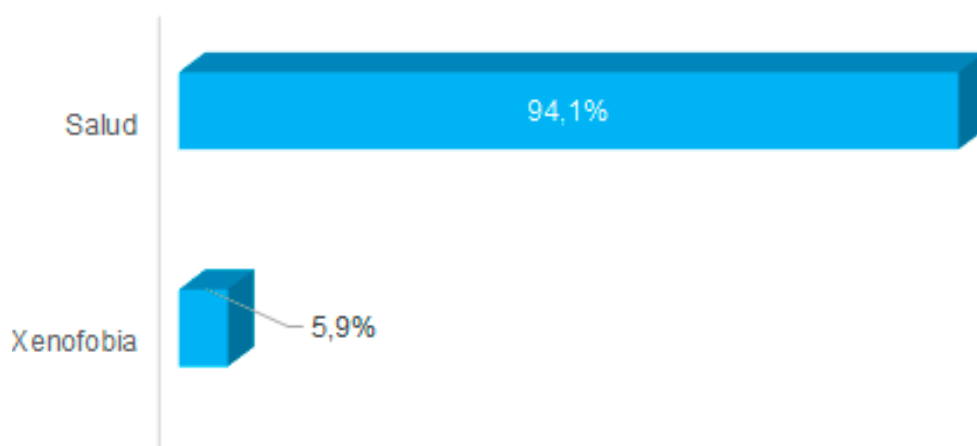


Gráfico N.º3. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica el grupo de personas con coronavirus más personas de origen asiático.

Las presentaciones relacionadas con el grupo LGBTTIQ+ fueron una de las principales, alcanzando un 15,2 % del total. El siguiente gráfico nos muestra qué tipo de discriminación aparece relacionada con estos discursos.

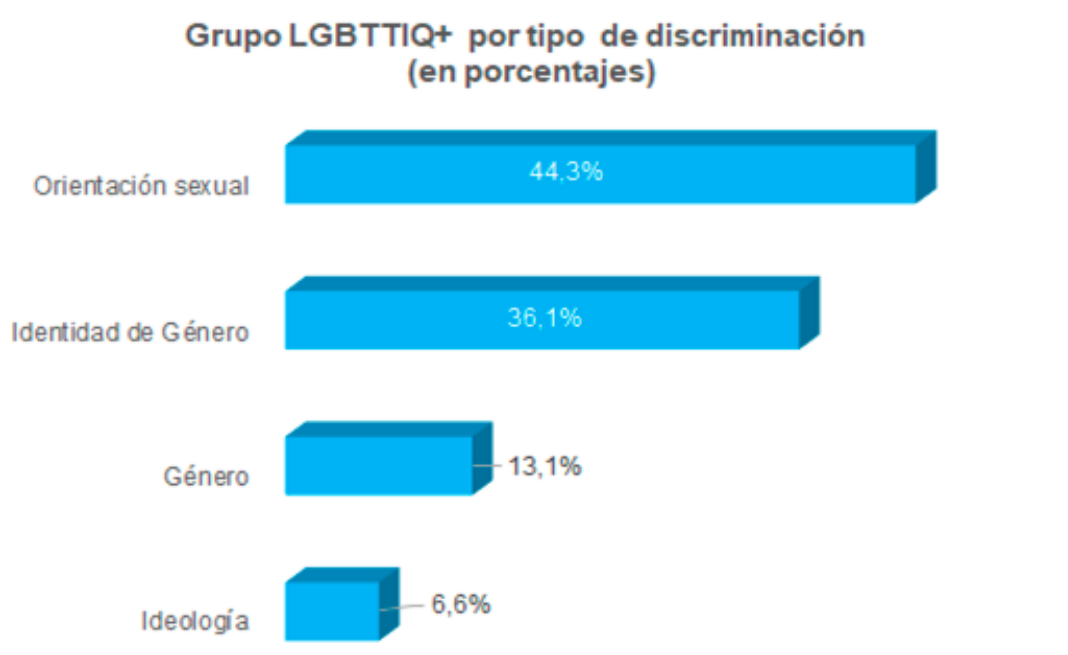


Gráfico N.º 4. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica el grupo de personas pertenecientes a la comunidad LGBTTIQ+.

En el Gráfico N.º 4 se observa que, para las personas pertenecientes a la comunidad LGBTTIQ+, los tipos de discriminación que aparecen relacionados en las presentaciones fueron: orientación sexual (44,3 %), identidad de género (36,1 %), género sin especificar (13,1 %) e ideología (6,6 %).

Las presentaciones relacionadas con el grupo *mujeres* también tuvieron un rol preponderante durante el 2020. El siguiente gráfico nos muestra el tipo de discriminación que aparece en estos discursos.

Grupo Mujeres por tipo de discriminación (en porcentaje)

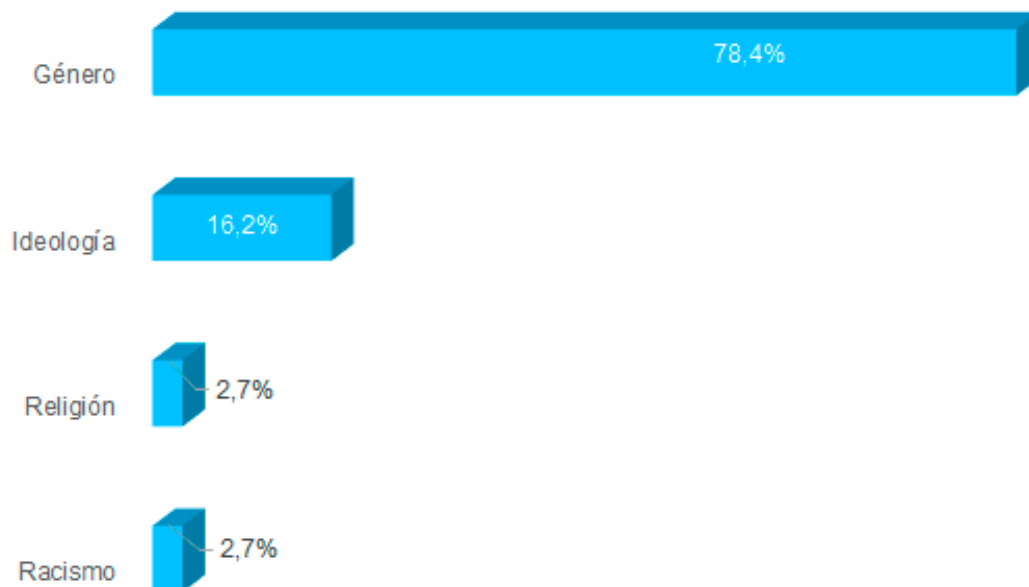


Gráfico N.º 5. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica el grupo de las mujeres.

El Gráfico N.º 5 evidencia que, para las personas pertenecientes al grupo *mujeres*, los tipos de discriminación que aparecen relacionados son: género (78,4 %), ideología (16,2 %), religión (2,7 %) y racismo (2,7 %).

Otra de las dimensiones de análisis sobre las que podemos detenernos en las presentaciones es la de aquellos discursos sociales que están relacionados con los diferentes tipos de discriminación.

En el Gráfico N.º 6 podemos ver cómo se ordenan estos discursos. El tipo de discriminación *ideología* se lleva el primer lugar con un 16,5 %, seguido por *salud*, con un 12,7 %, *género* con un 9,8 %, *xenofobia* con un 9,4 % y *racismo* con un 9,1%.

Tipo (en porcentajes)

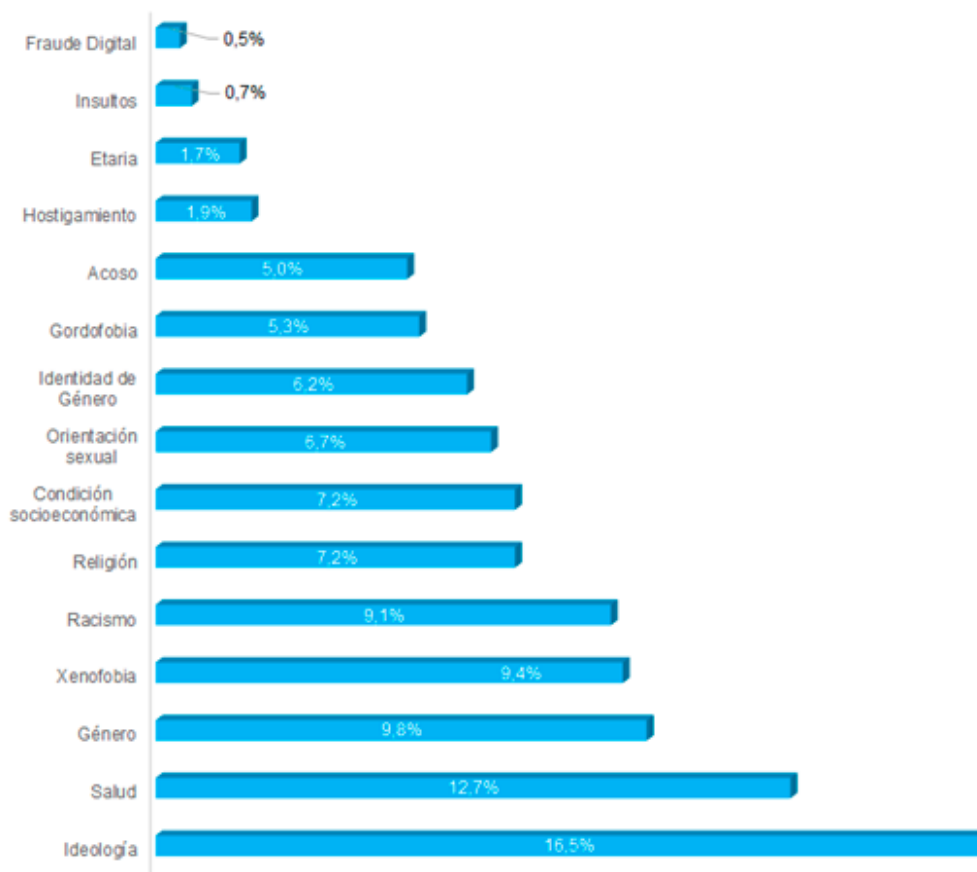


Gráfico N.º 6. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica información.

Es relevante en este punto dar una mirada a los datos comparativamente con las presentaciones recibidas en años anteriores. En 2018 las principales presentaciones se relacionaban con el tipo de discriminación por género y orientación sexual, mientras que, durante 2019, se relacionaban con acoso, agresiones y racismo.

Tipo de discriminación Ideología por grupo (en porcentajes)

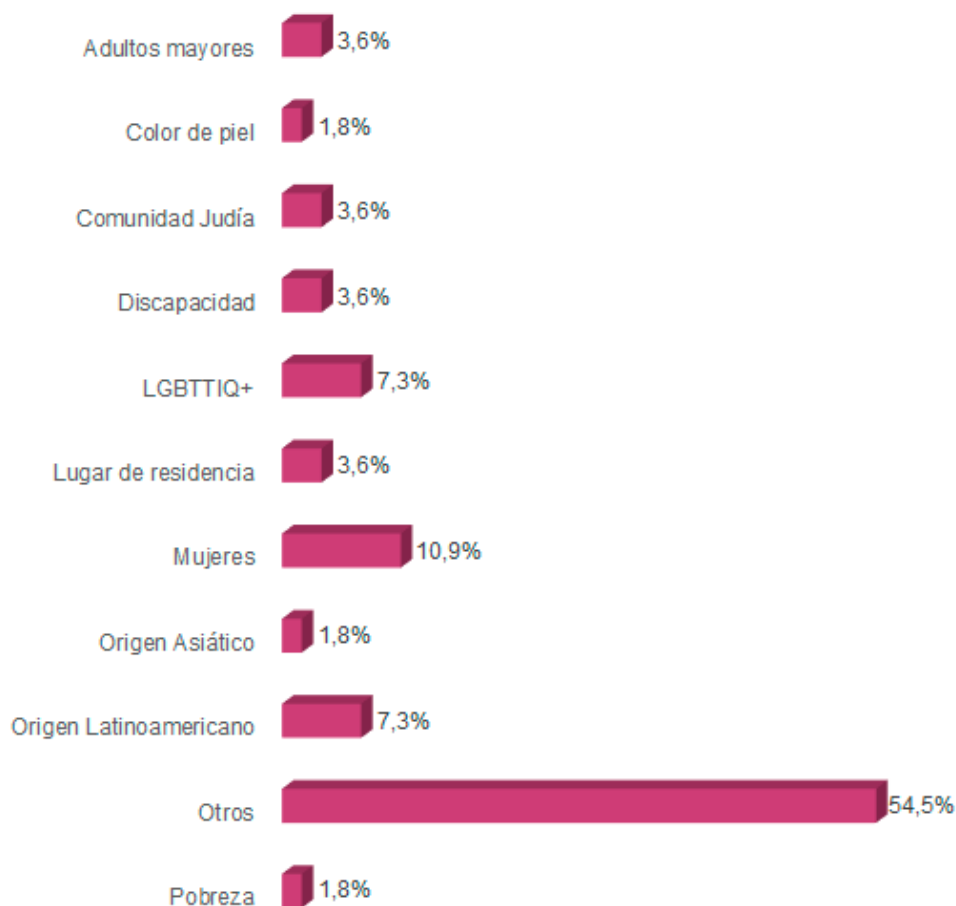


Gráfico N.º7. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica tipo de discriminación por ideología.

El 2020 fue particularmente afectado por dos fenómenos sociales. Por un lado, todo aquello relacionado con la salud, como es lógico; por el otro, como resultante sintomática de época, distintos tipos de manifestaciones imbricadas con la ideología, expresiones que surgen de, se enmarcan en y abonan a lo que hemos propuesto caracterizar como parte de una cultura del odio.

El Gráfico N.º 7 nos muestra entonces cómo se distribuyen aquellos casos por tipo de discriminación *ideología*, por grupo. Si bien más de la mitad de los casos

corresponden a la categoría “Otros” (54,5 %), un 10,9 % refiere al grupo de las mujeres, el 7,3 % a las personas de origen latinoamericano y a las personas pertenecientes a la comunidad LGBTTIQ+.

Tipo de discriminación Género por grupo (en porcentajes)

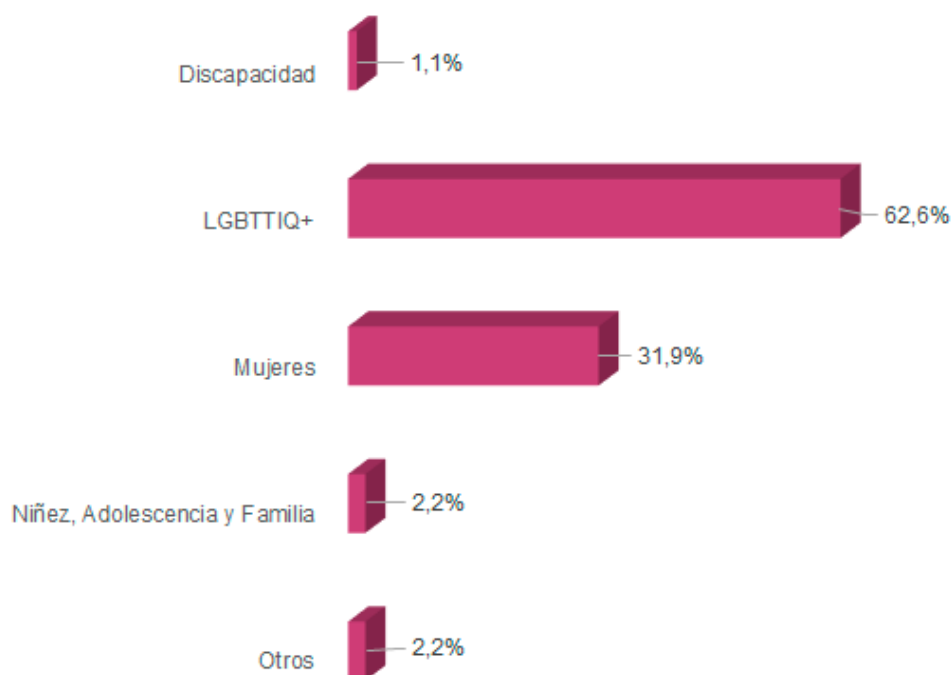


Gráfico N.º 8. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica tipo de discriminación por género.

El Gráfico N.º 8 deja ver cómo se distribuyen aquellos casos por tipo de discriminación por género entre los diferentes grupos. Como datos relevantes, vemos que el 62,6 % corresponde a las personas pertenecientes a la comunidad LGBTTIQ+, mientras que el 31,9 % restante corresponde al grupo de las mujeres.

Tipo de discriminación Racismo/ Xenofobia por grupo (en porcentajes)

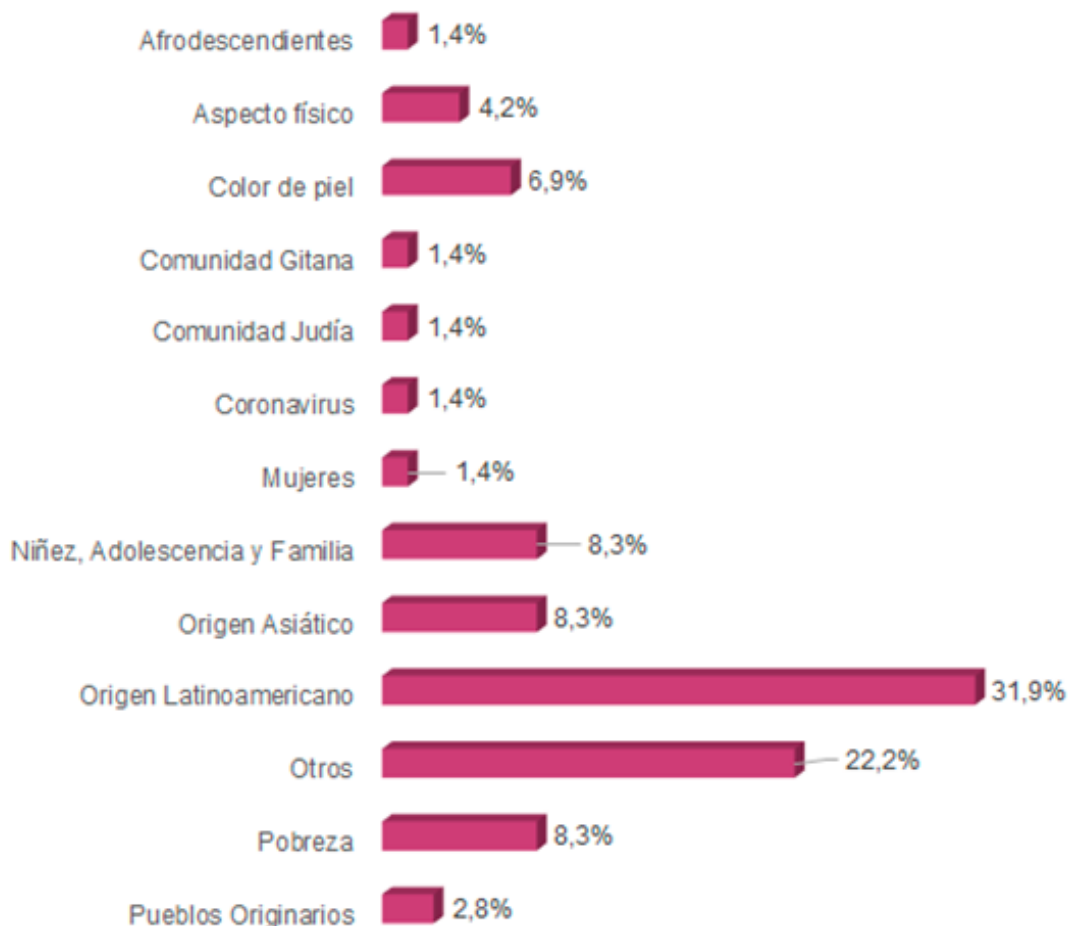


Gráfico N.º 9. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica tipo de discriminación por racismo más xenofobia.

En el Gráfico N.º 9 es posible ver cómo se distribuyen aquellos casos en función del tipo de discriminación por racismo/xenofobia, entre los diferentes grupos. Como datos relevantes, podemos destacar que el 31,9 % de los casos corresponde a las personas de origen latinoamericano, el 8,3 % a las personas de origen asiático y el mismo porcentaje corresponde a las personas por su condición de pobreza.

Otra de las dimensiones de análisis que podemos observar en las presentaciones es la plataforma donde estos discursos circulan. El Gráfico N.º 10

muestra cómo se distribuyen las presentaciones según las plataformas donde circulan dichos discursos. Las redes sociales aparecen cada vez más fuertes, es así como Facebook se lleva —como en años anteriores— el primer lugar con un 45,2 % seguido por Instagram, con un 14,9 %. La red Twitter aparece después, con un 9,1 %. Los medios de comunicación nacionales aparecen con un porcentaje de 13,9 % y a continuación YouTube, con 5,1 %, WhatsApp con 4 %, otras páginas web con 3,8 %, foros con 1 %, Tic Tok y correo electrónico con 0,8 %, Google con 0,5 % y cierran Mercado libre, Taringa, otras aplicaciones y Spotify con 0,3 %.

**Plataforma
(en porcentajes)**

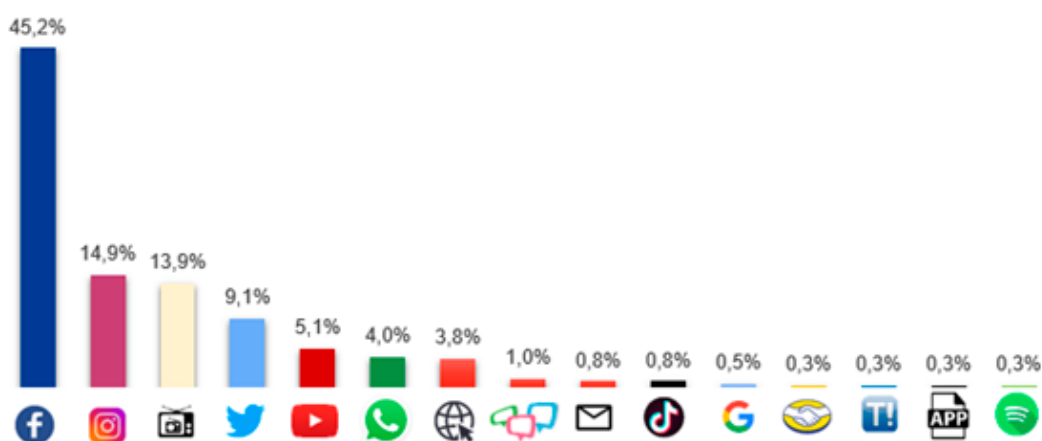


Gráfico N.º10 Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones donde se especifica información

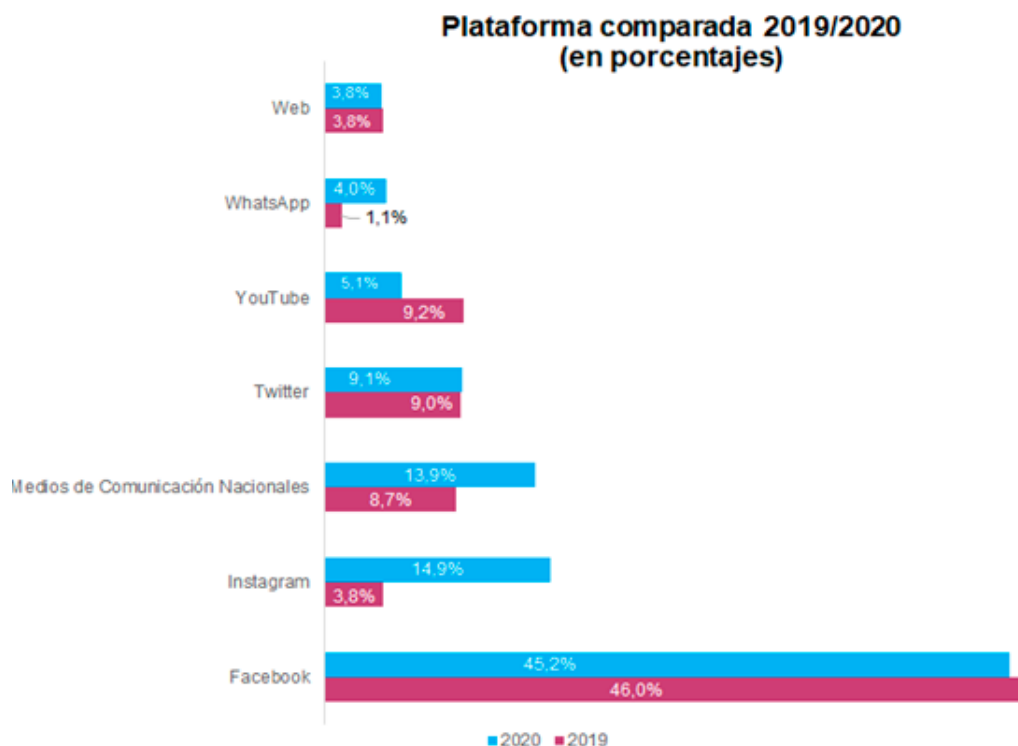


Gráfico N.º 11. Base Observatorio de Internet 2019/ 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica información.

El Gráfico N.º 11 nos permite comparar la información con las presentaciones recibidas en 2019. Para destacar, podemos observar el crecimiento de las presentaciones recibidas acerca de la red Instagram, los medios de comunicación nacionales y WhatsApp mientras se registra una baja de las presentaciones recibidas en relación a Youtube.

En el Gráfico N.º 12 vemos cómo aquellas presentaciones relacionadas con el grupo coronavirus se distribuyen en las plataformas: en Facebook con un 46,2 %, en Twitter con un 19,2 % seguido por los medios masivos de comunicación e Instagram, con un 13,5 % respectivamente.

Plataforma por grupo coronavirus (en porcentajes)

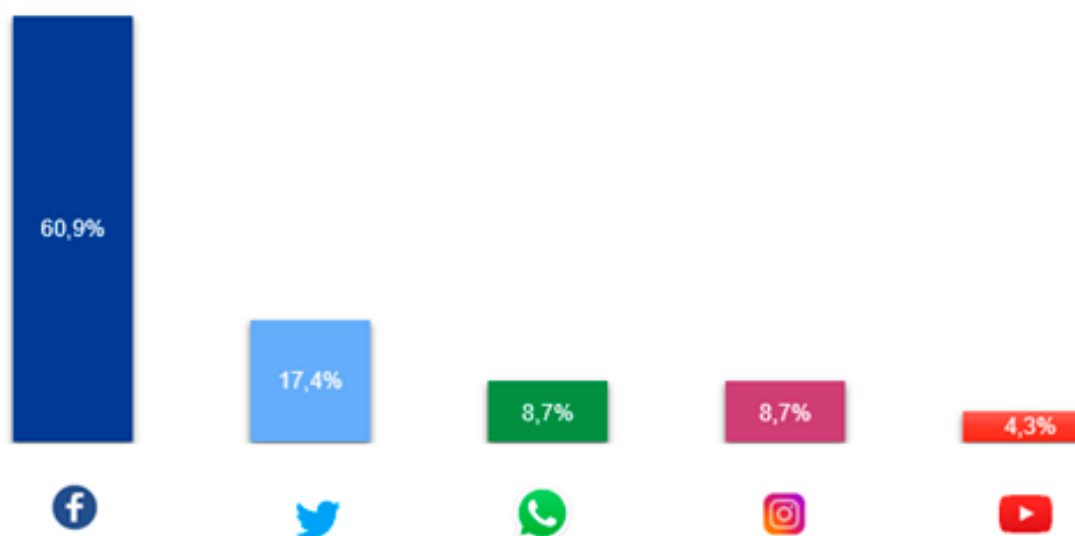


Gráfico N.º 12. Base Observatorio de Internet 2020. Todas las presentaciones en las que se especifica el grupo de personas con coronavirus más personas de origen asiático.

La grilla que se presenta a continuación nos muestra cuáles fueron los diferentes tipos de discursos discriminatorios que circularon dentro de cada plataforma, según las presentaciones recibidas a lo largo del año.

Plataforma por Tipo de Discriminación (En Porcentajes)

Facebook		Medios de Comunicación Nacionales		Instagram		Twitter	
GRUPO	%	GRUPO	%	GRUPO	%	GRUPO	%
Ideología	19,3%	Ideología	21,6%	Acoso	15,7%	Ideología	17,1%
Salud	13,0%	Condición socioeconómica	15,7%	Xenofobia	11,8%	Xenofobia	17,1%
Racismo	11,2%	Género	13,7%	Género	11,8%	Salud	14,3%
Xenofobia	9,3%	Salud	13,7%	Religión	11,8%	Género	11,4%
Género	7,5%	Identidad de Género	11,8%	Ideología	9,8%	Racismo	11,4%
Identidad de Género	7,5%	Racismo	9,8%	Hostigamiento	9,8%	Orientación sexual	8,6%
Condición socioeconómica	7,5%	Xenofobia	5,9%	Gordofobia	9,8%	Identidad de Género	8,6%
Acoso	6,8%	Religión	3,9%	Racismo	5,9%	Religión	5,7%
Orientación sexual	6,8%	Orientación sexual	2,0%	Orientación sexual	3,9%	Insultos	2,9%
Religión	5,0%	Gordofobia	2,0%	Condición socioeconómica	3,9%	Condición socioeconómica	2,9%
Gordofobia	3,1%	Total general	100,0%	Salud	2,0%	Total general	100,0%
Hostigamiento	1,2%			Identidad de Género	2,0%		
Etaria	0,6%			Fraude Digital	2,0%		
Insultos	0,6%			Total general	100,0%		
Fraude Digital	0,6%						
Total general	100,0%						

Como información a destacar, los medios de comunicación nacionales, Facebook y Twitter parecen contener tipos de discursos discriminatorios semejantes. De esta manera, el tipo de discriminación por ideología aparece en primer lugar en los tres, así como adquieren relevancia el racismo, la condición socioeconómica y la xenofobia.

En el mismo sentido la red social Instagram aparece con cierta diferenciación del resto. Los casos de acoso y hostigamiento se visibilizan en esta red con mayor frecuencia.

También vale destacar el comportamiento del tipo de discriminación gordofobia. En la red Instagram aparece con un 9,8 % mientras que en Facebook y los medios de comunicación nacionales no supera el 3 %.

En la red Twitter es notable el alto número de presentaciones relacionadas con la xenofobia, un 17,1 %, compartiendo el primer lugar con la discriminación por ideología.

En los medios de comunicación nacionales se vuelve notorio el lugar que ocupa el tipo de discriminación por condición socioeconómica, que se ubica en segundo lugar con un 15,7 %.

La siguiente grilla deja ver cuáles fueron los diferentes grupos vulnerados, o población afectada, en los discursos discriminatorios que circularon dentro de cada plataforma según las presentaciones recibidas durante el año. Como información a destacar podemos observar que aquellas presentaciones que refieren a las personas pertenecientes a la comunidad LGBTIQ+ se ubican en el primer lugar en la plataforma Twitter, con un porcentaje considerablemente alto del 30,3 %. Dicha categoría también ocupa un lugar relevante en la distribución en las plataformas Instagram y Facebook.

Plataforma por grupo (en porcentajes)

Facebook		Medios de Comunicación		Instagram		Twitter	
TIPO	%	TIPO	%	TIPO	%	TIPO	%
Otros	24,2%	Otros	23,9%	LGBTIQ+	17,1%	LGBTIQ+	30,3%
LGBTIQ+	16,1%	Pobreza	15,2%	Comunidad Judía	14,6%	Mujeres	9,1%
Niñez, Adolescencia y Familia	9,4%	LGBTIQ+	15,2%	Origen Latinoamericano	9,8%	Otros	9,1%
Aspecto físico	7,4%	Mujeres	13,0%	Niñez, Adolescencia y Familia	9,8%	Discapacidad	9,1%
Coronavirus	7,4%	Comunidad Judía	6,5%	Aspecto físico	9,8%	Origen Asiático	6,1%
Discapacidad	7,4%	Origen Latinoamericano	6,5%	Mujeres	9,8%	Comunidad Judía	6,1%
Origen Latinoamericano	6,0%	Discapacidad	4,3%	Pobreza	7,3%	Origen Latinoamericano	6,1%
Comunidad Judía	5,4%	Pueblos Originarios	4,3%	Otros	4,9%	Aspecto físico	6,1%
Mujeres	5,4%	Lugar de residencia	4,3%	Salud mental	4,9%	Pobreza	6,1%
Pobreza	2,7%	Aspecto físico	2,2%	Origen Asiático	4,9%	Coronavirus	6,1%
Color de piel	2,0%	Salud mental	2,2%	Afrodescendientes	2,4%	Color de piel	3,0%
Origen Asiático	2,0%	Color de piel	2,2%	Discapacidad	2,4%	Comunidad Gitana	3,0%
Adultos mayores	2,0%	Total general	100,0%	Color de piel	2,4%	Total general	100,0%
Lugar de residencia	1,3%			Total general	100,0%		
Comunidad Musulmana	0,7%						
HIV	0,7%						
Total general	100,0%						

Las presentaciones que se relacionan con el grupo de las mujeres aparecen en Twitter en el segundo lugar y en el cuarto lugar en los medios de comunicación nacionales.

En los medios de comunicación nacionales es destacable la referencia a las personas en situación de pobreza, con un 15,2 %, en congruencia con el tipo de discriminación por condición socioeconómica.

En la red social Instagram es notorio el alto porcentaje de presentaciones que involucran a las personas pertenecientes a la comunidad judía, 14,6 %, ocupando el segundo lugar en dicha red.

En la red Facebook podemos destacar el lugar que ocupan las presentaciones relacionadas con la niñez, adolescencia y familia, con un 9,4 %.

El análisis de esta información cruzada nos permite comenzar a vislumbrar cierto tipo de funcionamiento y de circulación de discursos según cada plataforma, a la vez que habilita un análisis más pormenorizado del ámbito de Internet en general y de algunas de las funciones de las diferentes plataformas en particular.

CONCLUSIONES

Según el informe “Digital 2020” de la red *We Are Social*¹, más de 4,5 mil millones de personas utilizan Internet, mientras que los usuarios de las redes sociales superan los 3,8 mil millones; es decir, casi el 60 % de la población mundial. En lo específico a nuestro país, hablamos de 35 millones de usuarios de Internet —2 % más con respecto al último año— de los cuales 34 millones utilizan redes sociales —7 % más a diferencia de 2019—.

La pandemia de SARS CoV-2 (COVID-19), y sus respectivas medidas en materia de emergencia sanitaria internacional, han propiciado el incremento significativo y determinante del uso de las TICs en general, con sus respectivas consecuencias en todos los niveles de funcionamiento. De forma transversal, se han modificado los hábitos y costumbres de las estructuras e individualidades, pasando a ocupar un lugar

¹ Informe completo disponible en:

<https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

central y preponderante el tiempo mediado por las herramientas digitales.

En este marco, han proliferado tanto sus virtudes como sus limitaciones. De base, cabe destacar el enorme 40 % de la población mundial que no tiene acceso a Internet y por lo tanto se encuentra parcialmente excluido de los análisis, un aspecto técnico aún irregular ya que su participación no estará datada por las estadísticas en materia de uso aunque la ascendencia resultante de su interacción con la población activa también configura un fenómeno en sí. Hecha esta aclaración, entendemos que la población activa ha desarrollado en el medio las herramientas a disposición, ampliando permanentemente las condiciones de posibilidad de esas virtudes y limitaciones. Nuestro análisis está centrado en los fenómenos sociales que de ello se desprenden, particularmente en materia de producción y circulación de discursos sociales discriminatorios y de odio.

En este caso, nos hemos centrado en el relevamiento de los datos surgidos de la interacción directa por presentación ciudadana ante nuestro Observatorio, o de forma indirecta, por derivación de otras áreas sustantivas del INADI. Lo primero que hemos observado es que, como era de esperarse —lamentablemente— el crecimiento en el uso de las TICs ha redundado en la proliferación de dichos discursos sociales de forma proporcional. Los grupos vulnerados o poblaciones históricamente vulneradas, los tipos de discriminación y odio de los que son objeto y las plataformas en que se desarrollan dichos fenómenos han continuado y se han profundizado. Las cifras alcanzadas son elocuentes, de lo que se desprenden también nuevos fenómenos sociales que han aparecido.

En este sentido, hemos trabajado durante todo 2020 ya no sólo analizando los datos recibidos sino utilizándolos también para contrastar con aquellos que fuimos a buscar a través de monitoreos sistematizados de redes sociales y medios digitales que, como hemos desarrollado con anterioridad en distintos informes técnicos — *racismo estructural/ fake news/ trolling/ haters/ discurso de odio*— se orientan hacia el fortalecimiento de un entramado de fenómenos sociales que adoptan múltiples formas y se enmarcan dentro de lo que hemos propuesto en definir como *cultura del odio*.

Intervenciones que en el pasado se manifestaban de forma menos visible —salvo en expresiones extremistas— hoy son peligrosamente corrientes, de fácil y libre acceso para cualquier persona o grupo de personas, a lo largo y ancho del planeta. Discursos sociales que articulan temores e intereses históricamente constituidos

y prejuicios socialmente sostenidos sobre la eliminación de todo aquello que no se corresponda con cierta —absoluta— forma de entender y habitar el mundo, se han agravado por la masiva y condicional accesibilidad a Internet, su carácter instantáneo, empresarialmente privado y públicamente anónimo.

Nuestro compromiso para 2021 es profundizar el análisis de los fenómenos sociales hasta aquí desarrollados y comenzar con aquellos que aún hace falta desarrollar, atendiendo las herramientas de uso y sus métodos de circulación que agravan más los problemas y devienen, aún peor, en nuevos síntomas de época. Una vez más, es preciso tomar como punto de partida el hecho de que estos fenómenos se consagran toda vez que logran legitimarse como una condición inherente a la humanidad, para entender que la única manera de combatirlos es disputar el sentido común que intentan conquistar.

La desnaturalización de estos discursos y sus prácticas derivadas empieza con la defensa irrestricta de la diversidad cultural como baluarte de los derechos humanos. Es a través de la resignificación de la *alteridad*, como reemplazo necesario de la diferencia por la diversidad y de la cultura del odio por una de la empatía, que vemos el punto de partida.