

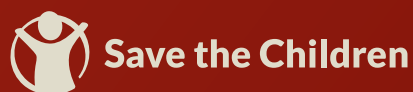
Drets #SenseConnexió



**DESINFORMACIÓ
I DISCURSOS D'ODI
A L'ENTORN DIGITAL**



Save the Children



Directora d'Incidència Social i Política: Catalina Perazzo; *responsable de Polítiques d'Infància:* Carmela del Moral;
autoria i coordinació: Carmela del Moral/Clara Burriel; *comunicació:* Miguel Borque;
art i maquetació: Óscar Naranjo/Elena del Real; *il·lustracions:* Germán Gullón/VALBHY Design.



Edita:
Save the Children
Juliol 2024

Introducció

Des de Save the Children publiquem el juliol de 2024 l'informe **Derechos #SinConexión, un análisis sobre derechos de la infancia y la adolescencia**, que analitza els drets de la infància i l'adolescència, així com la seva protecció a l'entorn digital, i que té com a objectiu comprendre com es relacionen amb aquest àmbit i com es pot garantir el compliment de tots els seus drets i, alhora, protegir-los de qualsevol tipus de violència.

L'informe investiga com, per què i per a què utilitzen internet i les xarxes socials els infants i adolescents: el nombre d'hores què hi passen, el tipus de continguts que consumeixen, com se senten quan hi naveguen i si estan preparats per afrontar els riscos i reptes que planteja l'entorn digital. A més, aborda conductes i continguts en línia que poden afectar el benestar emocional o psicològic dels adolescents. Tanmateix, més enllà de les conductes recollides a l'informe, existeixen també altres riscos que, per la seva rellevància, s'aborden de manera independent.

En aquest annex a l'informe **Derechos #SinConexión** s'aborda un tema crucial que afecta els infants i adolescents a l'entorn digital: la desinformació i l'exposició a discursos d'odi. Si bé internet ha democratitzat l'accés a la informació, també ha facilitat la proliferació de contingut erroni i perjudicial, que perpetua estereotips negatius, models irreals de vida i fomenta discursos d'odi. L'exposició a aquests continguts vulnera directament el dret de la infància i l'adolescència a una informació veraç i segura, un dret essencial que cada vegada està més en joc a l'entorn digital, on les xarxes socials s'han convertit en una de les fonts principals d'informació per a molts nois i noies.

A través d'una anàlisi detallada, aquest annex examina l'impacte d'aquests riscos en l'adolescència i a, més, estudia les diferències d'aquest impacte per gènere. D'aquesta manera, es constaten les diferències en la percepció i consum d'informació entre nois i noies, i se subratlla la necessitat urgent d'educar i protegir els infants i adolescents de la desinformació i els discursos que propaguen l'odi i els estereotips negatius a l'entorn digital.

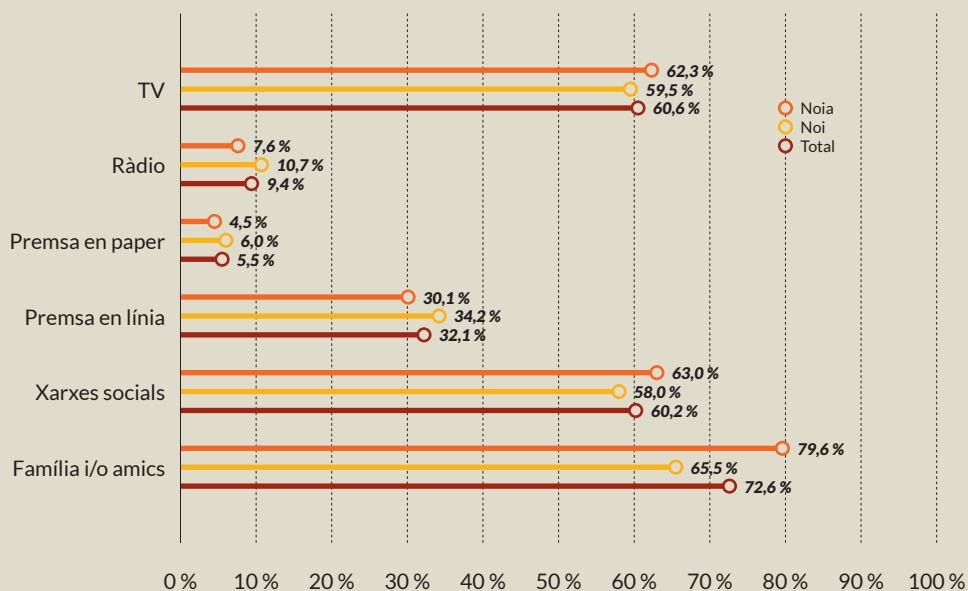


1. Informació falsa i exposició a discursos d'odi

Sens dubte, internet ha estat fonamental en l'evolució de l'accés a la informació, però en aquest mitjà hi abunda la informació no només errònia, sinó la que incita i promou models i estereotips nocius i que arriba a convertir-se en un discurs d'odi.

El mateix Comitè de Drets de l'Infant, en la seva Observació general núm. 25 (2021), relativa als drets dels infants en relació amb l'entorn digital, enumera aquest tipus de continguts com una de les principals preocupacions a l'hora d'abordar els riscos que planteja l'entorn digital: «A l'entorn digital pot haver-hi informació que propugni els estereotips de gènere, la discriminació, el racisme, la violència, la pornografia i l'explotació, així com relats falsos, informació errònia i desinformació, i informació que inciti els infants a participar en activitats il·lícites o perjudicials. Aquesta informació pot procedir de múltiples fonts, com ara altres usuaris, creadors de continguts comercials, delinqüents sexuals o grups armats designats com a terroristes o extremistes violents».

Gràfic 1. **Mitjans d'accés a la informació**¹



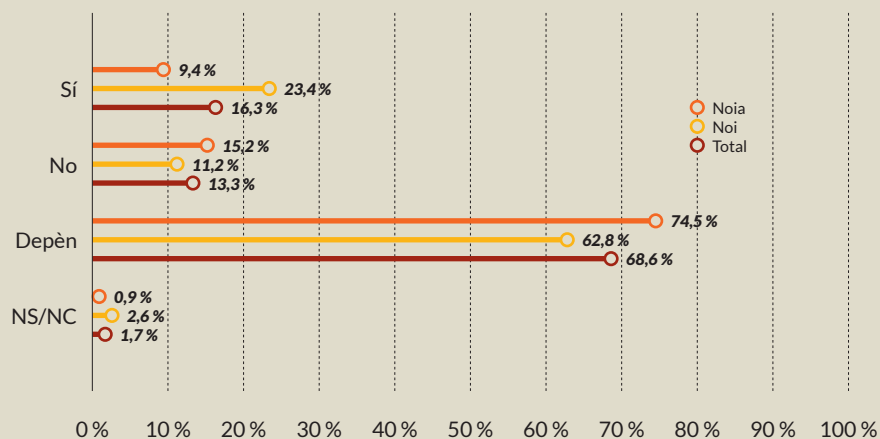
1 Respostes a la pregunta: «Quin mitjà utilitzes de manera preferent per informar-te sobre el que passa al teu voltant? (assenyala tots els que corresponguin)».

1.1. Percepció de fonts fiables d'informació

La difusió d'informació falsa suposa una vulneració directa del dret dels infants i adolescents a la informació, especialment considerant que el 60 % dels i les adolescents assenyalen les xarxes socials com el seu principal mitjà per accedir a la informació. Les xarxes es situen com una de les principals fonts, només superades per la família i els amics, al mateix nivell que la televisió i per davant de mitjans de comunicació tradicionals com la premsa en línia. A més, un 16 % considera que les xarxes i els creadors de contingut són una bona font d'informació, mentre que gairebé un 70 % considera que poden ser-ho en determinades ocasions.

En aquesta qüestió, són especialment rellevants les diferències entre nois i noies: un 23,4 % dels nois consideren que els creadors de contingut són fonts fiables d'informació, enfront d'un 9,4 % de les noies. Aquesta diferència és especialment significativa per a l'apartat d'aquest annex en el qual s'aborden determinats perfils de creadors de contingut.

Gràfic 2. **Creus que les xarxes socials i els creadors de contingut (youtubers, tiktokers i estrímers en general) són una bona font d'informació?**



1.2. Exposició a missatges d'odi a les xarxes socials

Com hem vist a les converses amb nois i noies, els mateixos adolescents identifiquen que en algunes xarxes socials prevalen i es premien qüestions polèmiques o, directament, discursos d'odi.

És necessari distingir entre discurs d'odi i delictes d'odi. El discurs d'odi és una de les modalitats que pot tenir el delictes d'odi, recollit a l'article 510 del Codi penal. La Fiscalia General de l'Estat ha indicat en la seva Circular 7/2019 les pautes per interpretar els delictes recollits en aquest article. Cal assenyalar que no existeix una definició universal per a discurs d'odi, malgrat que l'Organització de les Nacions Unides, en el marc de la seva Estratègia i pla d'acció per la lluita contra el discurs d'odi, el descriu com «qualsevol tipus de comunicació, sigui oral o escrita —o també comportament—, que ataca o utilitza un llenguatge pejoratiu o discriminatori en referència a una persona o grup en funció del que són; en altres paraules, basant-se en la seva religió, ètnia, nacionalitat, raça, color, ascendència, gènere o altres formes d'identitat». El Consell d'Europa també ha proporcionat una definició similar en la seva Recomanació per combatre el discurs d'odi (CM/Rec(2022)16), entenent-lo com a «qualsevol tipus d'expressió que inciti, promogui, difongui o justifiqui la violència, l'odi o la discriminació contra una persona o grup de persones, o que les denigri, per raons de les seves característiques personals reals o atribuïdes, com ara raça, color, idioma, religió, nacionalitat, origen nacional o ètnic, edat, discapacitat, sexe, identitat de gènere i orientació sexual».



Els mateixos nois i noies, durant les converses, van demostrar estar exposats a continguts a les xarxes socials que promouen estereotips relacionats amb la raça i la sexualitat. Molts d'aquests missatges els transmeten figures digitals influents que són referents per a molts adolescents, en un to agressiu i desafiador que trenca amb les convencions socials. Aquests aspectes poden ressonar especialment en unes edats en les quals, precisament, la identitat social també es construeix a partir del qüestionament de les relacions de poder i els models que han marcat la seva vida i el seu sistema de valors fins al moment.

«Això és completament racisme (...). Al final, és un personatge fictici, tant se val, oi? (...) No és important si és negra, blanca, xinesa, italiana o francesa (...), les persones racialitzades no apareixen tant a les pel·lícules».

— Noia, 17 anys

«Si un nen vol ser dona i vol posar-se vestits i maquillar-se, a mi, la veritat, m'és igual, però el que no veig just és que perquè siguin nens no puguin vestir-se com vulguin (...). No veig just que els diguin 'que no, que no' perquè això 'són coses de dones'».

— Noia, 17 anys

Aquesta exposició, juntament amb la deshumanització que sovint caracteritza les interaccions i identitats a l'entorn digital i que provoca comportaments que no es tindrien en interaccions físiques, fa que les noies, però especialment els nois, siguin més vulnerables a aquests continguts. Un exemple clar són els discursos que discriminen grups, individus o moviments socials que suposen una amenaça per a un statu quo basat en les posicions masclistes, racistes i homòfobes. Segons sembla, els nois són els que més s'estan acollint a aquest tipus de discursos, com la negació de la violència de gènere. Un reflex d'això el veiem en els resultats del Barómetro Juventud y Género del 2023² en què se'ls preguntava pel grau d'acord amb la frase «La violència de gènere no existeix, és un invent ideològic». Des del 2019, el percentatge de nois que responen que sí a aquesta pregunta ha anat pujant: el 2019 el 11,9 % contestava que sí, el 2021 aquesta xifra va pujar fins al 20 %, i el 2023 el 23 % afirmava que la violència de gènere és un invent ideològic.

«Els nois cada vegada estan més reactius perquè creuen que els estem deixant a part. El rol del 'dolentot', que era normalment l'atractiu als centres, és el que és més masclista i negacionista. És preocupant i hem de fer una reflexió sobre com hem de dir-los que no és contra ells».

— Enginyera informàtica, experta en comunicació digital i docent universitària

Aquests discursos, que en part són una forma de control social per desactivar demandes o conductes que són amenaçadores per a qui exerceix el discurs i el poder, són especialment preocupants perquè és molt difícil poder contrastar-los i desactivar-los amb dades o informació que, a més de contrarestar la informació falsa, puguin generar el mateix abast i visibilitat emocional. Aquesta visibilitat i abast del discurs d'odi també preocupa en el desenvolupament de la intel·ligència artificial que, en «aprendre» del contingut existent a l'entorn digital, pot perpetuar determinats estereotips.

² A, Sanmartín; A, Gómez; S. Kuric; E. Rodríguez (2023). Barómetro Juventud y Género 2023. Madrid: Centro Reina Sofía de Fad Juventud. DOI: 10.5281/zenodo.10144131.

«A les plataformes funcionen molt bé o tenen bastanta prevalença els discursos d'odi. L'equip de recerca de Twitter va fer una anàlisi de com els missatges d'extrema dreta es viralitzen molt més en entorns com Twitter que altres missatges que contraresten rumors falsos».

– Enginyera informàtica, experta en comunicació digital i docent universitària

Per a les noies, la reacció als discursos d'odi és diferent, ja que moltes vegades en són destinatàries i, en general, reben missatges en tons agressius i ofensius, a vegades sota la falsa aparença de floretes. De fet, a les converses amb nois i noies, ells mateixos identifiquen que internet és un espai més agressiu i violent amb les noies i dones.

«(...) a internet, actualment, una noia en biquini guanyarà moltíssima més repercussió que un noi en vestit de bany. Encara que el noi, per exemple, sigui molt maco i tot el que tu vulguis, la noia sempre guanyarà. A veure, també depèn de la noia, però segurament sempre tindrà més visites una noia que un noi».

– Noi, 16 anys

«Jo tinc una amiga que en una foto, sense voler mostrar res ni voler lluir-se, la gent li comenta coses del tipus: 'bua, no sé què', 'estàs boníssima', 'et menjava', coses així, i... no és gaire agradable que t'ho diguin, i més si és una persona que ni tan sols coneixes».

– Noi, 15 anys

«L'altre dia, com que la meva neboda és fan de la Lola Índigo, vaig veure que va dir un missatge mig feminista i se li van tirar a sobre. Una persecució digital que el que fa és que la pròxima vegada no digui res. I això és el que veuen les nostres nenes. Els estan dient 'no obriu la boca, no respongueu, no participeu, perquè això és el que rebreu'».

– Enginyera informàtica, experta en comunicació digital i docent universitària

És important assenyalar que va ser en els grups d'adolescents LGTBIQ+ on més es va defensar la llibertat d'expressió i hi va haver més manifestacions en contra de les afirmacions dels discursos d'odi, tot i que mai es va fer una al·lusió explícita a haver-ho viscut de manera personal. No obstant això, sí que és important assenyalar que, a l'enquesta, l'11 % dels adolescents van respondre haver rebut missatges d'odi.

«Tenim moviments orquestrats que estan silenciament dones en l'àmbit digital perquè no tinguem aquesta participació. Si no estem allà, aquestes IA tampoc aprendran dels nostres discursos, sinó que hi haurà un sol discurs i això es traslladarà en el desenvolupament de la IA».

– Enginyera informàtica, experta en comunicació digital i docent universitària

1.3. Identificació de notícies falses

Tenint en compte que aquest és el panorama de la informació que circula a internet, saben els adolescents com identificar notícies falses a internet? Perquè, encara que pràcticament la meitat diu que sí que ho sap fer, un 12 % (un 11,9 % per ser més exactes) respon que no en sap, i el 40 % respon «depèn», cosa que significa que hi ha notícies falses que el 50 % de la població adolescent no sempre sap identificar.

«Per a mi un dels grans reptes que té la IA, juntament amb els biaixos i més ara amb les IA generatives, és que irromp de ple a generar contingut que no sabem si és real i, a vegades, difícilment contrastable. Aquest serà el gran repte: detectar rumors falsos, desinformació i altres elements que seran difícils de contrastar».

– Enginyera informàtica, experta en comunicació digital i docent universitària

Taula 1. **Saps com identificar notícies falses a internet?**

	Sí	No	Depèn	NS/NC
Noia	38,5 %	12,3 %	48,3 %	0,9 %
Noi	56,0 %	11,2 %	30,4 %	2,4 %
Total	46,9 %	11,9 %	39,5 %	1,6 %

Respecte de les fonts per contrastar una informació en el cas que sospitin que és falsa, destaquen dues respostes: el 24 % no la contrasta i, entre els que sí que ho fan, la font principal per contrastar-la són els familiars i amics. Tanmateix, preocupa que les amistats i l'entorn estiguin, precisament, accedint a les mateixes fonts.

Taula 2. **En el cas que sospitis d'una informació falsa a internet, quins mitjans alternatius utilitzaries per contrastar-la?** (assenyala tots els que creguis)

	TV	Premsa en paper	Premsa en línia	Ràdio	Família i/o amics	Altres	No contesta
Noia	44,1 %	17,0 %	31,0 %	8,0 %	61,6 %	0,5 %	22,8 %
Noi	44,6 %	16,9 %	33,7 %	12,0 %	52,5 %	1,7 %	25,1 %
Total	43,9 %	17,0 %	32,3 %	10,1 %	56,8 %	1,2 %	24,1 %

«Poden ser nadius o nadiues digitals, però no tenir eines humanes per poder contrarestar moltíssima falsedat d'informació, fake news, teories negacionistes, moviments d'idees extremes que intenten captar especialment els adolescents tractant de culpabilitzar les dones o les persones migrants».

— Psicòleg especialitzat en assetjament escolar en organismes públics



2. Exposició a models irrealistes de vida i aparença

Tot i que potser no pot catalogar-se com una forma de violència com les que es recullen a la Llei orgànica 8/2021, de 4 de juny, de protecció integral a la infància i l'adolescència enfront de la violència (LOPVI) o a la Convenció sobre els Drets de l'Infant, cada vegada és més preocupant l'impacte que pugui tenir en la salut mental l'exposició permanent, a través de les xarxes, a representacions idealitzades de determinats estils de vida, estàndards de bellesa i, en el cas de les noies, la sexualització del cos femení.

A més d'aquestes imatges idealitzades, a les xarxes hi ha una exposició constant de la vida privada com a model de negoci, fet que ja va començar a la televisió i la premsa tradicionals, però que al món digital s'encarna en la figura dels influenciadors, que plantegen la possibilitat que qualsevol pugui arribar a monetitzar la pròpia vida i seguidors. Això fa que el concepte d'intimitat adquireixi un nou significat al món digital.

A les converses amb noies, elles afirmen que solen seguir persones amb les quals senten afinitat, que donen consells o es mostren «naturals», i també persones famoses perquè els agrada conèixer-ne la vida privada. Indiquen que no solen interactuar amb aquests perfils, però sí que solen seguir-ne el contingut. Els nois sí que fan més referència a la interacció directa amb les persones que segueixen, que solen estar relacionades amb el món dels videojocs o l'esport (especialment a través de la plataforma Twitch). Sembla que hi ha molta diferència entre nois i noies en relació amb els estereotips i referents que segueixen a les xarxes.

«(...) arribar a sentir-te identificat amb aquesta persona, o que t'agradi el que pugui o com vesteix... Aquest tipus de coses. I, això sí que és veritat; que l'influenciador sigui natural també ajuda, pel fet que t'hi sents identificat; però també la típica gent que dona consells o que puja coses que a tu et poden arribar a ajudar, això també està força bé, també ajuda, o contingut graciós també, divertit, perquè t'entretens».

— Noia, 16 anys

«(...) els nois moltes vegades segueixen coses de motor, de futbol... Per exemple, hi ha molta gent que li agrada això de la lluita lliure i tal... Segurament segueixen també noies (...), molts estrímers... Les noies, no sé què segueixen, perquè tampoc ho he preguntat, però suposo que deu ser el mateix, només que més... Jo crec que utilitzen més les pàgines per relaxar-se o veure vídeos d'altres noies i poder

imitar-les o potser, no ho sé, gravar vídeos, també (...). També les noies idealitzen molt les noies que veuen; per exemple, creuen que elles són perfectes i s'hi comparen, i això és un problema greu».

– Noia, 16 anys

Independentment del motiu pel qual se segueix un influenciador o una influenciadora a les xarxes o plataformes, totes aquestes figures aconseguen dues validacions públiques en exposar la seva vida privada: d'una banda, la validació econòmica, ja que és un model de negoci que es mesura en funció del nombre de persones que et segueixen o parlen de tu, i de l'altra, la validació social, a través de l'increment de seguidors i interaccions, que augmenta com més íntimes o privades són les imatges o notícies que es produeixen.

La validació pública i econòmica d'aquesta exposició pot provocar que els nois i noies la repliquin i que acabin compartint, doncs, aspectes més personals i fotos íntimes o sexualitzades; especialment en el cas de les noies, que a més senten la pressió d'adaptar-se als cossos públicament desitjables i es veuen immerses en la cosificació.

«Tenim un programa específic de promoció del bon tracte i vam haver de començar els tallers amb sessions específiques relatives a l'autoestima i l'autoconcepte perquè vèiem que era una mancança que portava aparellada determinades conseqüències que, després, es traslladaven a l'entorn en línia. Per tant, havíem de treballar-ho en primer lloc».

– Tècnica d'intervenció especialitzada en infància i adolescència

Així, en el cas de les noies, té especial importància l'impacte dels estereotips sexistes que es perpetuen en aquestes imatges, que influeixen en la representació de la bellesa, el cos o la sexualitat. Les exigències socials respecte de la bellesa i el control de la imatge corporal afecten en un grau més alt les noies, fet que també es reflecteix a l'entorn digital. Els rols i estereotips de gènere tenen un paper significatiu en la conceptualització de la cosificació, que ja d'entrada col·loca les noies en una posició d'inferioritat i vulnerabilitat respecte dels nois.

Els efectes es reflecteixen en dos nivells: a nivell general, es continuen mantenint i reforçant els estereotips i rols socials estereotipats, ja que són els més exitosos (més compartits i seguits), i a nivell individual, generen en les noies qüestions que afecten el seu benestar emocional, com la baixa autoestima o la falta de confiança en si mateixes, que pot derivar en el desenvolupament de trastorns de la conducta

o autolesions. En canvi, en els nois no es dona la relació dual entre autoestima i cosificació, perquè no estan exposats a tants esdeveniments de cosificació sexual interpersonal com les noies.

És interessant explorar si, a més de les qüestions de benestar emocional tractades prèviament, aquesta exposició a models irrealistes i idealitzats de vida pot tenir algun impacte en la manera en què els adolescents perceben les seves pròpies vides. Per al 27,4 % de les noies i el 22,4 % dels nois enquestats, les coses mai o gairebé mai van com volen. Quan incorporem el factor de l'ús d'internet, el 86 % dels adolescents que responen estar-hi connectats permanentment o connectar-s'hi diverses vegades al dia responen que les coses mai van com volen, i d'aquests el 89 % responen que gairebé mai.

Curiosament, lluny de veure els influenciadors o estrímers com un element que pot posar en risc el seu benestar o la seva salut mental, hi desenvolupen sentiments d'empatia, perquè reconeixen com a dur haver d'exposar la seva vida privada per continuar sent rellevants, amb els possibles atacs i crítiques que poden rebre.

«Són noies, perquè la majoria dels trastorns de la conducta alimentària es donen en noies que són insegures, amb una baixa autoestima, molt autoexigents i perfeccionistes».

— Psicòloga especialitzada en l'atenció a TCA

Influenciadors menors d'edat. No hem d'oblidar que, a l'entorn digital, també hi ha menors d'edat que són creadors de contingut i que poden influir en altres infants i adolescents. Els riscos als quals s'enfronten els influenciadors són especialment greus quan són menors d'edat, ja que la seva sobreexposició a l'entorn digital pot vulnerar els seus drets i afectar la seva identitat i desenvolupament personal. La publicació d'imatges, vídeos i altres dades personals no només implica una pèrdua de privacitat, sinó que també incrementa la seva vulnerabilitat a diferents formes de violència digital i, fins i tot, a convertir-se en víctimes de delictes en línia.

Quan analitzem la presència d'infants influenciadors, hem de recordar que, tot i que continuen sent titulars de tots els seus drets a l'entorn digital, fins als 14 anys no poden consentir legalment la difusió de la seva informació personal. És crucial tenir en compte aquest fet a l'hora de considerar conductes com la criança compartida o *sharenting*. Malgrat que cap d'aquestes formes d'exposició constitueixen en si mateixes formes de violència contra la infància, sí que poden ser d'alt risc, ja que se sobreexposen o es permet que se sobreexposin a les xarxes i pot suposar un inici primerenc de la seva vida virtual.

Per tant, és fonamental ser conscients dels riscos associats al fet de compartir contingut de menors d'edat a internet, especialment en plataformes obertes on inevitablement es perd el control del material un cop publicat. En tots els contextos, hem d'ensenyar als infants el significat de compartir les seves dades a internet i l'empremta digital que queda després de cada interacció en línia. En tot cas, hem de promoure la publicació de contingut responsable.



3. Estudi de cas: anàlisi de les xarxes

A continuació, es reflecteix una anàlisi de les interaccions i discursos que es donen entre els seguidors de determinats creadors de contingut. Un espai de socialització, preeminentment masculí, en el qual podem veure quins discursos i estereotips s'estan normalitzant entre els usuaris. En aquest apartat s'analitzen, també, els continguts dels seguidors d'aquells creadors de contingut amb molt d'abast entre la població adolescent, i es fa una distinció entre creadors de continguts homes i dones, i s'examinen les interaccions dels seus seguidors en els xats de Twitch, Discord i Twitter.

Limitacions de l'anàlisi. La dificultat principal a l'hora d'analitzar, en general, les xarxes socials és la impossibilitat de saber quina és l'edat exacta de les persones que accedeixen al contingut. Per això, s'han pres com a referència determinats perfils d'homes i dones amb un nombre de seguidors molt elevat (milions en alguns casos). Com que les xarxes actuen oferint als que hi naveguen els continguts més virals, s'assumeix que aquests continguts poden estar a disposició dels adolescents. Tot i que la majoria dels espais analitzats tenen restringida l'edat d'accés, l'únic control per accedir-hi és clicant la casella «Sí, tinc més de 16/18 anys», segons el cas. Per a totes les variables analitzades anteriorment (el premi a la viralització, el consum dels continguts personals i la morbositat), s'assumeix que, entre els que veuen i interactuen en aquests xats, ha d'haver-hi menors d'edat. A més, alguns d'aquests creadors de contingut han basat la seva popularitat en el fet de tenir seguidors molt joves, incloent-hi adolescents.

En concret, l'edat mínima per participar a Twitch, sigui com a usuari o com a estrímer, és de 13 anys, tot i que hi ha continguts que expliciten que són per a majors de 18 anys. Segons les fonts accessibles, el 22,3 % dels usuaris tenen entre 16 i 24 anys, però no existeixen dades per als menors de 16 anys i l'edat és l'autoreferenciada.



3.1. Diferències de contingut i discurs per gènere i xarxa social

Com s'ha assenyalat anteriorment, s'ha diferenciat entre estrímers homes i estrímers dones per comparar les diferències dels discursos basats en el gènere i veure si existeixen diferències en les dinàmiques que segueixen les comunitats de seguidors.

3.1.1. Estrímers homes

Hem seleccionat estrímers homes amb milions de seguidors, entre més de 3 milions i 15 milions, i amb 11 milions d'hores de visualització en total. Tots ells han mostrat algun tipus de conducta de risc, com el fet de compartir comentaris sexuals recurrents, fer referències habituals a la pornografia i ressenyes de videojocs de contingut eròtic o pornogràfic (amb unes 60.000 visualitzacions). A més, dos d'ells s'han vist involucrats en polèmiques d'abús i assetjament sexual i per vinculacions amb grups d'extrema dreta i ciberseducció de menors (*grooming*), respectivament.

Anàlisi dels xats de Twitch

- » **Llenguatge:** s'evidencia que s'utilitzen noves expressions per eludir les prohibicions de la plataforma, utilitzant el terme *nopor* per fer referència al porno o *nepe* per al penis. En aquesta mateixa estratègia, se substitueixen lletres per números en paraules ofensives com a *puta* o *cabró*, que es converteixen en *put4!* o *cabr=n*. Aquest tipus d'estratègies serveixen per evitar la detecció automàtica de determinades paraules que puguin suposar una censura del llenguatge o una expulsió del xat (bloqueig) per la utilització de determinades expressions.

Els temes canvien segons el tema de què tracti el fil social (*stream*) i la naturalesa del canal. Alguns dels temes que destaquen són:

- » Referències misògines a les relacions, utilitzant termes com *simp*, per referir-se a l'home «poc masculí» que busca atenció femenina, o *bodycount*, que és el nombre d'homes amb els quals una dona manté relacions sexuals durant la seva vida i que li resten valor com a dona.
- » Banalització del consum de drogues.
- » Actituds d'assetjament a qui mostra rebuig a l'estrímer en particular.
- » Bloquejos relacionats amb actituds d'assetjament, racistes i misògines. A priori, aquestes expulsions solen fer-se per protegir l'estrímer de possibles repercussions negatives en cas que es percebi que unes certes actituds es-

tan permeses al seu xat, ja que les polítiques de Twitch prohibeixen l'apologia del racisme, la violència o el sexisme. En altres ocasions, aquests bloquejos estan provocats per normes i joc interns.

Anàlisi de Twitter (ara X)

En aquesta xarxa es posen de manifest les polèmiques en les quals s'han vist immersos alguns d'aquests estrímers i com els seus seguidors actuen respecte d'aquestes crítiques. Durant les diferents polèmiques, van defensar les actituds dels agressors i van qüestionar els fets provats per la víctima.

Aquest tipus d'actituds reflecteixen la influència d'aquesta mena d'estrímers sobre els seus seguidors, que creen relats sobre dades i fets i que fan que conductes que en altres contextos són condemnables no tinguin conseqüències, i fins i tot exerceixen pressió sobre els qui denuncien aquestes actituds.

3.1.2. Estrímers dones

En primer lloc, cal destacar que el nombre de seguidors de les estrímers és molt més baix que el dels homes, fet que ja marca una diferència clara en l'abast entre els uns i les altres.

Així, les estrímers dones que hem seleccionat tenen un nombre de seguidors que varia dels 300.000 als 3 milions. Totes elles han rebut atacs de diversa gravetat a través de diferents xarxes socials, sigui perquè han defensat víctimes d'abús sexual, perquè han visibilitzat els maltractaments d'una exparella, perquè no compleixen amb els estereotips estètics (depilació, maquillatge, etc.) o perquè han estat involucrades, juntament amb estrímers homes, en conductes que perpetuen l'assetjament.

En primer lloc, cal destacar que a Twitch hi ha una categoria anomenada «Pools and Hot tubs», que consisteix en l'exposició de dones hipersexualitzades en vestit de bany en piscines i jacuzzis. A més, partim de la base que en aquesta plataforma són els estrímers homes (amb més seguidors) els qui poden impulsar l'èxit d'estrímers més joves en convidar-los al seu canal, i això ocorre habitualment amb estrímers dones.

Pel que fa als xats, contenen menys referències de connotació sexual, però recordem que són els missatges que no s'han bloquejat o esborrat. Tot i això, sí que s'hi troben alguns comentaris sobre la bellesa o els pits de les estrímers. També s'observa que els xats segueixen més la temàtica del fil conductor, amb més comentaris sobre com juguen les estrímers i consells perquè millorin el seu joc.

A X (Twitter) es posen de manifest les polèmiques en les quals s'han vist immerses algunes d'aquestes estrímers i com els seus seguidors actuen respecte d'aquestes crítiques. Per exemple, una d'elles va ser exclosa d'un esdeveniment del sector per denunciar una situació de ciberseducció de menors i assetjament. També ha rebut crítiques pel seu ús (i per la falta d'ús) de maquillatge. D'altra banda, l'estrímer involucrada en un cas d'assetjament juntament amb la seva parella va rebre la majoria de les crítiques per aquestes conductes, tot i que tots dos les havien exercit. No obstant això, de la mateixa manera que sol passar amb els estrímers homes en situacions similars, ella també ha trobat justificació i suport per part de la seva comunitat de seguidors.

En conclusió, ells tenen més seguidors, que interactuen més i de forma més violenta i sexualitzada. Alhora, la seva comunitat és més fidel i els perdona les polèmiques més fàcilment. Elles, en canvi, tenen menys seguidors i, a banda d'explicar-los com és el joc i ajudar-les a millorar, reben més crítiques pel seu aspecte físic, així com una tolerància més baixa i més acusacions quan salta una polèmica. Existeix, per tant, una diferència sexista en el tractament a aquestes estrímers, que és un reflex de com es tracten les dones en el món en línia. És essencial, doncs, que els progenitors i cuidadors coneguin quins referents tenen els seus fills i filles per poder acompanyar-los en la interpretació i filtratge de determinats missatges i estereotips.

Regulació dels influenciadors? El 30 d'abril de 2024 es va aprovar, a través d'un procés de tramitació urgent, el Reial decret 444/2024, pel qual es regulen els requisits a l'efecte de ser considerat usuari d'especial rellevància dels serveis d'intercanvi de vídeos a través d'una plataforma, en desenvolupament de l'article 94 de la Llei 13/2022, de 7 de juliol, general de comunicació audiovisual.

Aquest reial decret reconeix la influència creixent d'aquestes figures, des del punt de vista del consum i la inversió publicitària, especialment entre el públic jove. Per això, persegueix una major protecció dels usuaris, posant un èmfasi especial en la protecció dels usuaris menors d'edat, enfront de continguts audiovisuals i comunicacions comercials perjudicials. Així, el nou text desenvolupa la figura dels influenciadors, ja reconeguda com a «usuaris d'especial rellevància» a l'article 94 de la Llei 13/2022, i estableix criteris sobre la base de la seva audiència i els seus ingressos econòmics:

- **Ingressos significatius:** ingressos anuals iguals o superiors a 300.000 euros derivats de la seva activitat. Al text legislatiu es recullen els tipus d'ingressos que seran computables per determinar els ingressos significatius.
- **Audiència significativa:** un nombre de seguidors igual o superior a 1 milió en una única plataforma o igual o superior a 2 milions en el conjunt de serveis en els quals desenvolupi la seva activitat, amb almenys 24 vídeos compartits a l'any.

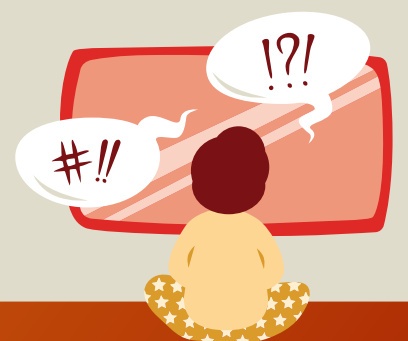
Es considera que aquestes figures reuneixen característiques similars que les equiparen a altres prestadors de serveis de la comunicació audiovisual i que, per tant, se'ls ha d'aplicar obligacions que siguin assimilables a les dels altres prestadors.

Així, doncs, els influenciadors estan obligats a etiquetar continguts segons l'edat, també en l'àmbit de la publicitat, i no poden donar publicitat a alcohol, tabac, medicaments o qualsevol producte que generi perjudici als menors d'edat.

Efectivament, com estem veient, la figura de l'influenciador està adquirint cada vegada més rellevància, motiu pel qual són necessaris esforços que avancin en la regulació d'aquesta figura. No obstant això, aquesta regulació no ha de limitar-se estrictament a l'àmbit comercial, sinó que també s'han d'abordar altres qüestions que susciten riscos i preocupacions, com les relacionades amb el mateix discurs (continguts nocius, missatges d'odi o informació falsa), i regular la responsabilitat que puguin tenir pel contingut que difonen. També ha d'aclarir-se quina normativa és aplicable en el cas que aquestes figures d'especial rellevància difonguin informació falsa.



Sobre aquest tema, cal assenyalar que l'Avantprojecte de Llei orgànica per a la protecció de persones menors d'edat en els entorns digitals, aprovat pel Consell de Ministres el 4 de juny de 2024, modifica a través de la seva disposició sisena l'article 94.1 de la Llei 13/2022. Les modificacions previstes en el text, que en el moment de la redacció d'aquest document encara es troba en fase de tramitació, cerquen estendre als usuaris d'especial rellevància el compliment de les obligacions per a la protecció dels menors d'edat enfront de continguts perjudicials per al seu desenvolupament físic, mental o moral, previstes als apartats 2 i 3 de l'article 99.



4. Conclusions

Com assenyalam a l'informe **Derechos #SinConexión**, el món digital és una eterna contradicció, perquè ofereix tant eines per accedir a drets com elements que amenacen el benestar i la seguretat, tal com passa i ha passat sempre al món físic. És per aquest motiu que la protecció de la infància i l'adolescència a l'entorn digital ha d'estar basada en un enfocament de drets.

Entre els riscos associats a l'entorn digital també hi trobem la presència d'informació falsa i de discursos que promouen l'odi i els estereotips nocius. Les xarxes socials s'han convertit en la segona font principal d'informació per als adolescents, després de la família i els amics, i ja superen els mitjans tradicionals com la televisió i la premsa en línia. Sobre aquest tema preocupa que les noies i nois s'estiguin informant a través de perfils que no disposin de la informació o el coneixement adequats per informar degudament o que puguin propagar qüestions falses o desinformades. Aquesta preocupació augmenta en saber que són molts els i les adolescents que reconeixen no saber identificar notícies falses a internet.

D'altra banda, els adolescents reconeixen estar exposats a continguts en xarxes que promouen l'odi i estereotips racials i sexuals. Els nois són més vulnerables a discursos que neguen la violència de gènere i altres moviments socials amenaçadors per a l'estatu quo masclista, racista i homòfob. Les noies, en canvi, són les grans destinatàries d'aquests discursos i reben missatges agressius i ofensius; fet que converteix l'entorn digital en un espai més hostil per a elles. A més, elles es veuen més afectades per l'exposició constant a representacions idealitzades de vida i estàndards de bellesa a les xarxes socials, fet que pot repercutir negativament en la seva salut mental; particularment, la pressió per adaptar-se a cossos desitjables i la cosificació, que genera una baixa autoestima i problemes de confiança i que pot derivar en trastorns de la conducta o autolesions.

La normalització de discursos perjudicials que propaguen aquests estereotips i missatges a través de diferents plataformes d'estríming també pot ser assimilada pels seguidors d'aquests canals. Una vegada difosos aquests missatges, pot ser molt complicat contrarestar-los i desactivar-los.



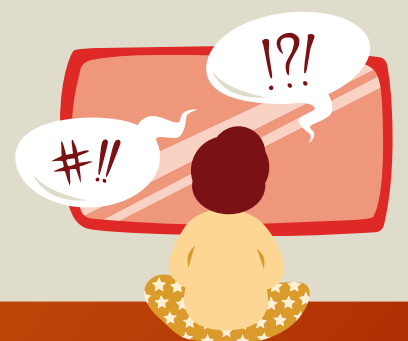
5. Mesures per garantir el dret a la informació

Els infants i adolescents tenen dret a una informació fiable i diversa, que inclogui continguts independents d'interessos comercials o polítics. Per garantir aquest dret, **és essencial implementar mesures que assegurin la integritat i la qualitat de la informació** a la qual estan exposats.

- La cerca d'informació automatitzada, així com els algorismes de selecció de continguts, no han de prioritzar continguts que tinguin una motivació comercial o política. Això requereix establir mesures que previnguin les notícies falses i els continguts que propugnin la discriminació o els missatges d'odi. Aquestes mesures, que han d'implementar les empreses, els proveïdors i les administracions públiques, han d'equilibrar tots els drets i evitar caure en la limitació de la informació arbitrària i de la llibertat d'expressió.
- L'educació juga un paper crucial en la capacitat dels nois i noies per discernir entre la informació veraç i la falsa. Els estats, doncs, han de proporcionar els recursos necessaris per fomentar i garantir la formació en l'ús segur i responsable de les tecnologies dirigides a infants i adolescents, que inclogui eines que els ajudin a avaluar la fiabilitat i credibilitat de les fonts d'informació a l'entorn digital, a identificar i contrastar la informació no veraç i a entendre els mecanismes que s'amaguen darrere de la propagació dels discursos d'odi. La quantitat de missatges misògins i sexistes que es propaguen a internet i que afecten de manera diferenciada nois i noies posa de manifest la necessitat urgent d'una educació en igualtat i afectivosexual, reglada i progressiva, que reivindiqui la igualtat entre homes i dones i combati els estereotips de gènere i els nous models de referència, també al món digital.
- Les famílies i les escoles són clau en aquest procés educatiu i s'hi han d'involucionar. Per tant, se'ls ha de proporcionar recursos i formacions per acompanyar els infants i adolescents a navegar de manera responsable, segura i crítica per l'entorn digital.
- A més de prevenir continguts nocius, és important fomentar la producció i difusió de continguts positius i educatius a l'entorn digital. Això inclou la promoció d'informació veraç, educativa i cultural que pugui contribuir al desenvolupament integral de la infància i l'adolescència. És necessària,

doncs, la col·laboració amb les plataformes i mitjans de comunicació per a la creació i difusió d'aquests continguts.

La implementació efectiva d'aquestes mesures requereix la col·laboració de múltiples actors, incloent-hi les administracions públiques, les empreses tecnològiques, les institucions educatives, les famílies i la societat en general. Només a través d'un esforç conjunt es pot garantir que els infants i adolescents tinguin accés a una informació veraç, segura i diversa i, així, protegir el seu dret fonamental a la informació a l'entorn digital.





Save the Children

DRETS

#SENSECONNEXIÓ

