



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2019/2020

Nº de proyecto: 367

STOP ODIO. Instagram como punto de encuentro ético para la detección y análisis de delitos de odio en redes sociales

Graciela Padilla Castillo

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Periodismo y Nuevos Medios

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Este proyecto buscaba crear un espacio en las asignaturas y en redes sociales, donde el alumnado pudiera detectar, analizar y denunciar delitos de odio, producidos y publicados en esas mismas redes sociales. El alumnado de Grado sería de Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Audiovisual, tanto de asignaturas obligatorias (Teoría de la Información, Ética y Deontología Profesional), como de asignaturas optativas (Comunicación Política, Comunicación y Género).

En todas estas asignaturas, las redes sociales y los delitos de odio son una parte ineludible. Por el alto uso de Instagram, por parte de los estudiantes, este proyecto pretendía acercarse al alumnado, en un espacio al que dedican mucho tiempo de ocio, uniendo la enseñanza curricular universitaria con la red social favorita; aprovechando lo que deben aprender en clase, cruzando del deber al querer; y construyendo un perfil de altísimo valor social que al mismo tiempo, les sirva como portfolio profesional a corto plazo, para obtener prácticas o trabajo en la comunicación digital.

El alumnado de Máster podría ser de cualquier máster oficial o título propio de la Facultad, ya que el profesorado del proyecto es docente en varios títulos de amplia trayectoria. Del mismo modo, el alumnado de Doctorado será de los dos programas verificados: Periodismo y Comunicación Audiovisual y Relaciones Públicas, donde también son tutores, codirectores y directores los profesores del proyecto. Los doctorandos, por su parte, están llevando a cabo tesis doctorales relacionadas con el marketing digital y algunos, directamente con los delitos de odio en clave de discriminación por sexo, nacionalidad y discapacidad.

Instagram es una red social sencilla, muy visual, que ofrece subir fotos y comentarlas, vídeos de menos de un minuto de duración, o Instagram Stories, mini vídeos de hasta 10 segundos que se borran a las 24 horas, automáticamente. Se puede usar de manera gratuita. Aunque originalmente fue creada para iPhone, iPad y iPod, dos años más tarde, en abril de 2012, se extendió para el sistema operativo Android. La aplicación fue creada y desarrollada por Kevin Systrom y Mike Krieger (Chen, 2017). Juntos lanzaron su propuesta el 6 de octubre de 2010, en la App Store de Apple. Su primer logotipo homenajeaba a cámara Kodak Instamatic y a las Polaroid y sólo permitía compartir fotografías en formato cuadrado. Sin embargo, la actualización de 2017 permitió subir fotografías en diferentes formatos.

Desde un principio, fue establecida exclusivamente para teléfonos móviles y actualmente, no es posible la subida de fotos desde la versión web. Sí permite elegir y modificar la foto de perfil desde un ordenador de sobremesa. En enero de 2011, introdujo otro cambio vital: siguiendo la estela de Twitter, animó a sus usuarios a describir sus fotografías con hashtags o etiquetas. Un año después, en abril de 2012, Facebook adquirió Instagram por 1.000 millones de dólares, y pasó a ser propiedad de la empresa de Mark Zuckerberg (Cummings, 2016; Visa, Serés y Soto, 2018). Desde el 2 de mayo de 2013, la aplicación da la posibilidad de etiquetar personas, marcas y lugares, y lanzar una misma publicación, en las dos redes sociales, al mismo tiempo (Moreno, 2018).

En 2018, lanzó IGTV (Instagram TV), una herramienta de vídeos verticales de hasta una hora de duración con la que Marck Zuckerberg buscaba competir con YouTube (Barbieri, 2018), segunda red mundial, sólo por detrás de Facebook. Con estas posibilidades, Instagram se sitúa como la tercera red social más presente en la mente de los internautas de forma espontánea (IAB Spain, 2019). Aparte, se destacan los filtros, también gratuitos, que dan acabado casi profesional y personalizado a todas las imágenes (Borges-Rey, 2015; Choi & Lewallen, 2017; Poulsen, 2018).

De acuerdo a lo anterior, este proyecto se planteaba los siguientes objetivos:

- Crear un espacio en redes sociales, donde el alumnado pueda detectar, analizar y denunciar delitos de odio, producidos y publicados en esas mismas redes sociales.
- Unir la enseñanza curricular universitaria con la red social favorita de los jóvenes (Instagram).
- Materializar los contenidos de asignaturas y materias de Grado, Máster y Doctorado, construyendo un perfil de altísimo valor social que al mismo tiempo, sirva al alumnado como portfolio profesional a corto plazo, para obtener prácticas o trabajo en la comunicación digital.
- Mostrar, de manera práctica y palpable, estrategias de marketing, comunicación y reputación en redes sociales.
- Enseñar, compartir y comentar procedimientos, métricas y programas para el análisis cuantitativo y cualitativo en redes sociales.
- Promocionar la peligrosidad de los delitos de odio, para poder concienciar a todo el alumnado de la Facultad, y al resto de la sociedad, publicando los resultados en forma de Trabajos Fin de Grado, Trabajos Fin de Máster, tesis doctorales, capítulos de libros o artículos de investigación, en revistas de impacto, que exhiban la experiencia docente y los resultados obtenidos.
- Formar al alumnado con una o dos sesiones, teórico-prácticas, donde profesores de la UCM, profesores externos, y profesionales invitados, impartan una charla sobre delitos de odio en redes sociales.
- Fomentar y motivar la participación del alumnado con un concurso final que premie el trabajo realizado, en categoría de texto, foto y vídeo.
- Promocionar nuevas parcelas profesionales en el alumnado, con un perfil multidisciplinar, para trabajar en Comunicación, en mayúsculas, entendiendo todos los campos que ofrece Instagram, sus herramientas actuales y sus posibilidades.
- Elaborar un decálogo ético para alumnado y profesorado de la Universidad Complutense de Madrid, para que detecten, den nombre y sepan dónde denunciar los delitos de odio.
- Unir el aprendizaje práctico, real y pragmático, con la formación de una Universidad más inclusiva, igualitaria y solidaria.

2. Objetivos alcanzados

Teniendo en cuenta que el proyecto no obtuvo financiación económica y la crisis del COVID-19 obligó a suspender las clases presenciales, el proyecto adaptó y reorientó sus objetivos de la siguiente manera:

- No se creó un espacio concreto en redes sociales, donde el alumnado pudiera detectar, analizar y denunciar delitos de odio, producidos y publicados en esas mismas redes sociales, pero los estudiantes sí trabajaron en esa detección en trabajos grupales para la asignatura obligatoria de Teoría de la Información del Grado en Periodismo. Las cuentas analizadas fueron las siguientes: Celeste Barber, Chiara Ferragni, Disney+, Jessica Goicoechea, mamaalexia_pg_oficial, Netflix, Paula Gonu, Skam, TED, Vox (Instagram); Bad Bunny, Catriona Gray, Ibai Llanos, Pedro Sánchez (Twitter); DJ Mario y Tasty China (YouTube). Además, de manera voluntaria, otros estudiantes realizaron exposiciones en vídeo, compartidas por el Campus Virtual o por YouTube, estudiando delitos de odio relacionados con *influencers* y micro-celebridades, deportistas, políticos y personajes públicos.
- Se unió la enseñanza curricular universitaria con la red social favorita de los

jóvenes (Instagram). Este objetivo fue alcanzado con los trabajos de análisis de las cuentas de Celeste Barber, Chiara Ferragni, Disney+, Jessica Goicoechea, mamaalexia_pg_oficial, Netflix, Paula Gonu, Skam, TED y Vox en Instagram. Los estudiantes que no eran usuarios activos en esta red o no encontraron una cuenta de su interés, tuvieron la opción de elegir Twitter o YouTube.

- Los contenidos de asignaturas y materias de Grado y Máster contribuyeron a construir un perfil de altísimo valor social que al mismo tiempo, sirviera al alumnado como portfolio profesional a corto plazo, para obtener prácticas o trabajo en la comunicación digital. Se estudia, de hecho, convertir algunos de los trabajos en artículo académico o capítulo de libro, por su alta calidad.
- Los estudiantes pudieron percibir proactivamente y de manera práctica y palpable, estrategias de marketing, comunicación y reputación en redes sociales.
- Se enseñaron, compartieron y comentaron procedimientos, métricas y programas para el análisis cuantitativo y cualitativo en redes sociales. Concretamente, se estudiaron los programas siguientes: Google Trends (<https://trends.google.es/trends/?geo=ES>), Sprout Social: (<https://sproutsocial.com/es/>), Twitter Analytics (<https://analytics.twitter.com/about>), Audiense (<https://audiense.com/>), Hootsuite (<https://hootsuite.com/es/>), Mention (<https://mention.com/es/>), Metricool (<https://metricool.com/es/>), Reputology (<https://www.reputology.com/>), TweetReach (<https://tweetreach.com/users/new>), TweetDeck (<https://tweetdeck.twitter.com/>), Twitonomy (<http://www.twitonomy.com/>) y Twazzup (<http://new.twazzup.com/>).
- Se promocionó y comentó la peligrosidad de los delitos de odio, para poder concienciar a todo el alumnado de la Facultad, y al resto de la sociedad, publicando los resultados en la forma siguiente:
 - 2019: Trabajo Fin de Grado del alumno D. Alberto Monroy Trujillo, Grado en Periodismo, titulado: *Hate speech in social media: insults in the context of Sevilla FC Instagram account*.
 - 2019: Trabajo Fin de Grado del alumno D. Marco Morales García, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, titulado: *El delito de odio en las redes sociales. Estudio del caso de David Suárez*.
 - 2020: Trabajo Fin de Grado de la alumna Dña. Laura Espada Delgado, Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, titulado: *Moda y Género. Nununuworld: línea de ropa infantil unisex creada por Céline Dion*.
 - 2020: Trabajo Fin de Grado de la alumna Dña. Alicia Marina Dueñas, Grado en Periodismo, titulado: *Representación de las enfermedades mentales en la serie de Netflix: Por Trece Razones*.
 - 2020: Trabajo Fin de Grado de la alumna Dña. Marta Montoto Sánchez, Grado en Periodismo, titulado: *Luces y sombras del uso de las redes sociales por parte de las personas con discapacidad intelectual. De las barreras digitales a los influencers*.
 - 2020: Capítulo “Violencia de género como delito de odio en redes sociales”. En libro *Desafíos Feministas. Temas y tramas para pensar en un mundo en crisis*, editado por Asunción Bernárdez Rodal. Editorial Tirant Lo Blanch, colección Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-1815-513-0. Páginas: 109-140.
 - 2020: Artículo “Ética y deontología en publicidad. Nike Dream Crazier 2019 como campaña feminista en Instagram”. Revista *Comunicación y Género*, vol. 3, número 1. Páginas: 3-15. <https://dx.doi.org/10.5209/cgen.63975>
- Se formó al alumnado con una sesión, teórico-práctica, donde la responsable del proyecto impartió una charla sobre delitos de odio y métricas en redes

sociales. Esta sesión tuvo lugar en el mes de abril de 2020, a través de Blackboard Collaborate, en el campus virtual Moodle, de la asignatura obligatoria de Teoría de la Información del Grado en Periodismo.

- Se promocionaron nuevas parcelas profesionales en el alumnado, con un perfil multidisciplinar, para trabajar en Comunicación, en mayúsculas, entendiendo todos los campos que ofrece Instagram, sus herramientas actuales y sus posibilidades.
- Se unió el aprendizaje práctico, real y pragmático, con la formación de una Universidad más inclusiva, igualitaria y solidaria.

3. Metodología empleada en el proyecto

- Tesoro y biblioteca virtual de informes, estadísticas, estudios e investigaciones sobre delitos de odio, exclusión e inclusión, y redes sociales. Concretamente, se compartieron y comentaron con los estudiantes de Grado los informes de IAB Spain redes sociales 2019 (<https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-redes-sociales-2019/>), otros informes de IAB (<https://iabspain.es/estudio>), informes de We Are Social España (<https://wearesocial.com/es/digital-2019-espana>), informes de We Are Social internacional (<https://wearesocial.com/es/blog>), informes de The Social Media Family (<https://thesocialmediafamily.com/informe-redes-sociales/>), informes Infoadex sobre inversión publicitaria en España (<https://www.infoadex.es/home/>), Estudio General de Medios del AIMC (<https://www.aimc.es/egm/acceso-los-datos/>), otros informes de la AIMC (<https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/>) y algunos estudios del INE (<https://www.ine.es/dynqs/INEbase/listaoperaciones.htm>). Con los estudiantes de doctorado se compartieron los mismos informes y se realizó un archivo compartido en Google Drive, con varias decenas de artículos académicos agrupados en las siguientes carpetas: *Bullying*, *ciberbullying* y redes sociales, Delitos y discursos de odio, Deporte y violencia, Discapacidad y medios de comunicación, Discurso de odio y racismo, *Influencers* y redes sociales, Instagram, Métricas de redes sociales, SEO y marketing digital.
- Exploración y reconocimiento de delitos de odio en Instagram. Extracción y monitorización de las cuentas con más seguidores y más actividad. Estudio de sus comentarios, fotografías, ilustraciones, vídeos, *hashtags* e interacciones. Indagación de su viralización nacional e internacional, gracias al mapeo de etiquetas o *hashtags*.
- Trabajos teórico-prácticos analizando y comentando las cuentas de Celeste Barber, Chiara Ferragni, Disney+, Jessica Goicoechea, mamaalexia_pg_oficial, Netflix, Paula Gonu, Skam, TED y Vox en Instagram.
- Exposiciones voluntarias en vídeo, compartidas por el Campus Virtual o por YouTube, estudiando delitos de odio relacionados con *influencers* y micro-celebridades, deportistas, políticos y personajes públicos.
- Celebración de una sesión, teórico-práctica, donde la responsable del proyecto impartió una charla sobre delitos de odio y métricas en redes sociales. Esta sesión tuvo lugar en el mes de abril de 2020, a través de Blackboard Collaborate, en el campus virtual Moodle, de la asignatura obligatoria de Teoría de la Información del Grado en Periodismo.
- Realización de cinco Trabajos Fin de Grado relacionados con los delitos de odio en redes sociales, un capítulo de libro y un artículo científico.

4. Recursos humanos

El equipo humano del Proyecto *STOP ODIO. Instagram como punto de encuentro ético para la detección y análisis de delitos de odio en redes sociales* contó con el siguiente equipo humano:

- Responsable UCM: Graciela Padilla Castillo.
- Profesorado UCM: Asunción Bernárdez Rodal, Dimitrina Jivkova Semova, Eglée Andreína Ortega Fernández, Ana Isabel Segovia Alonso, Roxana Popelka Sosa Sánchez.
- Personal de Administración y Servicios UCM: Josefina Tarancón Casado.
- Profesorado de otras universidades: Olvido Andújar Molina (Universidad Camilo José Cela), Mario Arias Oliva (Universitat Rovira i Virgili), Diego Galán Casado (Universidad Camilo José Cela), Francisco Jaime Herranz Fernández (Universidad Carlos III de Madrid), Ana Belén Oliver González (Universidad Rey Juan Carlos), África Presol Herrero (Universidad Nebrija) y Silmara Simone Takazaki Egg (Universidade Federal do Paraná, Brasil).
- Estudiante de Máster: Zineb El-Habchi Mahir, Alberto Monroy Trujillo.
- Estudiantes de Doctorado: Tania Brandariz Portela, Ana Calderón Granizo, Paula Díaz Altozano, Ariana Herrera Pérez, Dayana Jiménez Caraballo, Marta Belén López García, Armando Marín Ruiz, José Manuel Martín Herrero, Stefanie Katleen Pacheco Pailahual, Jonattan Rodríguez Hernández, Félix Urosa Barreto y Galo Vásconez Merino.
- Profesionales: Belén Kayser Vacas, Yolanda Rodríguez Vidales, Enrique Vaquerizo Domínguez, María del Carmen Yunta Hidalgo.

5. Desarrollo de las actividades

- Junio 2019: Presentación de dos Trabajos Fin de Grado.
- Junio 2019 – Marzo 2020: Elaboración de tesoro y biblioteca virtual de informes, estadísticas, estudios e investigaciones.
- Enero 2020 – Mayo 2020: Recopilación de publicaciones, fotografías, vídeos, memes, comentarios e interacciones de delitos de odio.
- Febrero 2020: Artículo “Ética y deontología en publicidad. Nike Dream Crazier 2019 como campaña feminista en Instagram”. Revista *Comunicación y Género*, vol. 3, número 1. Páginas: 3-15. <https://dx.doi.org/10.5209/cgen.63975>
- Mayo 2020: Celebración de una sesión, teórico-práctica, donde la responsable del proyecto impartió una charla sobre delitos de odio y métricas en redes sociales. Esta sesión tuvo lugar en el mes de abril de 2020, a través de Blackboard Collaborate, en el campus virtual Moodle, de la asignatura obligatoria de Teoría de la Información del Grado en Periodismo.
- Junio 2020: Presentación de tres Trabajos Fin de Grado.
- Junio 2020: Capítulo “Violencia de género como delito de odio en redes sociales”. En libro *Desafíos Feministas. Temas y tramas para pensar en un mundo en crisis*, editado por Asunción Bernárdez Rodal. Editorial Tirant Lo Blanch, colección Tirant Humanidades. ISBN: 978-84-1815-513-0. Páginas: 109-140.

6. Anexos