

DISCURSO DEL ODIOS EN TWITTER: #NOSONREFUGIADOS

Abdellah Essalhi

Ruth Pinedo González

Universidad de Valladolid

abdullessalhi15@gmail.com

PALABRAS CLAVE

Discurso del odio; Racismo; Educomunicación; Twitter; Análisis de contenido;

RESUMEN

Después de la crisis provocada por la COVID19 parece que todo se agrava con la guerra en Ucrania. Esta inestabilidad social y económica propicia el auge del odio y rechazo hacia chivos expiatorios, que con frecuencia son el colectivo de personas migrantes. Las redes sociales son un medio ideal para la propagación de discursos xenófobos y racistas. A través de una metodología cualitativa se han analizado el contenido de 344 tuits que usan los hashtags #No Son Refugiados y #Refugiados en Twitter. Estos hashtags se han utilizado para mostrar una posición de solidaridad e igualdad de trato entre todos los refugiados (#Refugiados), como para denostar a aquellos que no provienen de la guerra de Ucrania (#NoSonRefugiados). Este último hashtag transmite el mensaje de que estas personas vienen a invadir Europa y lo vincula con aspectos relacionados con su apariencia física (hombres negros), su religión (ser musulmán), o su actitud (son violentos). Por otra parte, el hashtag #Refugiados envía el mensaje contrario, las personas que provienen de Ucrania se merecen nuestra ayuda porque son mujeres, niños y son cristianos. Es fundamental, como docentes, promover una formación basada en la educación intercultural y antirracista, así como crítica en el uso de los medios y las redes sociales, dado que éstos son mecanismos con un enorme alcance para la manipulación y polarización social.

1. INTRODUCCIÓN

Los seres humanos, desde que nacemos, generamos esquemas mentales mediante los cuales categorizamos nuestro entorno social y físico para poder comprenderlo. El problema está en que esta categorización del entorno social puede derivar en el uso de prejuicios y estereotipos. Del Olmo (2005) justifica este proceso cognitivo y emocional, en el que se desarrollan esquemas mentales para comprender mejor el medio, como un mecanismo natural de aprendizaje. Por lo tanto, siguiendo esta línea, los prejuicios no son directamente negativos, ya que gracias a ellos un individuo acumula un conocimiento, que le ayuda a adquirir una base con

la cual interactuar y conocer mejor su entorno (Del Olmo, 2005). El problema reside cuando consideramos los prejuicios como un conocimiento real y único, algo totalmente erróneo, ya que como se ha mencionado anteriormente, parte de ideas previas, sobre las cuales se tiene un cierto desconocimiento. A diferencia de los prejuicios, los estereotipos, a pesar de tener muchas similitudes, poseen un carácter mucho más complejo, en cuanto a que se refiere a un conjunto de ideas más amplio. Además, hacen referencia a grupos de personas que encajan en una serie de categorías (Del Olmo, 2005). Mediante ello, se pretende detectar modelos de comportamiento de un grupo de personas que nos facilite la creación de una imagen, si bien simple, y que afecta especialmente a la forma en la que nos relacionamos con este grupo de personas.

Una vez ya definido cada uno de los conceptos, es necesario conocer qué elementos influyen en la construcción de estos prejuicios y estereotipos. En esta línea, Pla et al. (2013), a partir de lo expuesto por Velasco (2009) & Lemus (2007), considera que existen 12 categorías que alimentan los prejuicios y estereotipos: sexo, edad, religión, estado civil, clase social, apariencia o aspecto general, estatus migratorio, nivel educativo, nacionalidad, etnia, estatura profesional y situación laboral. Estas categorías no tienen por qué darse todas en la construcción de estereotipos y prejuicios, sino que en muchas ocasiones determinados colectivos se les encaja en una determinada variable, y de allí se elabora todo ese proceso mental previo sobre ellos.

1.1 Discurso del odio y ciberodio

El discurso de odio se refiere a todos los mensajes que deterioran la imagen de una persona o grupo en función de su condición heredada o adquirida (PHARM, 2019). El ciberodio es el uso de las comunicaciones electrónicas de la información para diseminar mensajes o informaciones intolerantes, discriminatorias y de rechazo hacia un colectivo concreto. Aunque no existen estadísticas definitivas sobre las diferentes dimensiones de este fenómeno, parece que la mayor incidencia se da en: racismo y xenofobia, LGTBI fobia, y motivos políticos y religiosos. Además, la incitación al odio, a la hostilidad, a la discriminación y a la violencia contra grupos o individuos por motivos racistas, ideológicos, religiosos, la orientación sexual, el género o discapacidad puede ser constitutivo de delito (artículo 22.4 del Código Penal). El prejuicio lleva al discurso del odio, y este facilita la comisión de crímenes de odio (Müller y Schwartz, 2017).

1.2 Discurso del odio en internet y redes sociales ¿Por qué es un fenómeno tan extendido?

Las redes sociales (RRSS en adelante) como espacio de difusión abierto, digital y global

suponen un cambio en la comunicación de masas, y en muchas ocasiones, tal como expone Martínez et al. (2019), transmiten una sensación de irrealidad a los usuarios. Esto se manifiesta en una percepción de impunidad, que en muchas ocasiones se ve reforzada por la presencia de perfiles anónimos, aunque ésta no es la única causa. La enorme crisis de valores en la que está asumida la sociedad, así como el cuestionamiento de ideales básicos para la convivencia social, ha provocado que este fenómeno se haya trasladado a las redes, encontrando en ellas un ámbito perfecto para propagar estos discursos discriminatorios, así como la dificultad de controlar la propagación del ciberodio.

En consecuencia, el debate entre “libertad de expresión o delito de odio”, es un realidad compleja, ya que como mantiene Izquierdo (2015), los límites de la libertad de expresión se han visto desplazados con este modelo de comunicación, una complejidad a la que se añade las diferentes interpretaciones jurisdiccionales en cuanto a los límites de la libertad de expresión de los diferentes países. Por ello, se plantea una realidad que favorece la difusión de estos discursos.

Las investigaciones sobre discursos del odio racista hacia poblaciones inmigrantes en España a través de las RRSS son las que menor porcentaje representan en cuanto al estudio del odio en redes (Essalhi, 2022). Con respecto a la xenofobia, ésta ha sido considerada como un fenómeno casi indistinguible del racismo, en especial de las nuevas formas de racismo basadas en la cultura. Durante los últimos años se ha añadido la dimensión de clase como característica de la xenofobia, ya que no se rechaza a los inmigrantes por su estatus sino por ser pobres (e.g. aporofobia) o por provenir de un país pobre (Santos, 2021).

1.3 Evolución del fenómeno durante los últimos cinco años en España

Los discursos de odio son un fenómeno que suponen un auténtico peligro para la convivencia y bienestar social, así como también una amenaza para los derechos básicos de muchas víctimas, que en algunas ocasiones ven amenazada su propia integridad física. El estudio de este fenómeno se viene trabajando en España hace algo más de una década, ya que desde el año 2013, se realizan informes anuales que contemplan diferentes tipos de análisis, como por ejemplo la percepción de la sociedad hacia el colectivo inmigrante, la discriminación o la supuesta relación entre los momentos de crisis económica como detonante de los hechos racistas o xenófobo.

Este proceso promovió que, en el año 2018, se creara la Oficina Nacional de Lucha Contra los Delitos de Odio (ONDOD en adelante), integrada en la Secretaría de Estado de Seguridad del

Ministerio de Interior. Los informes que realizan se basan en el análisis cuantitativo del número de delitos de odio acontecidos a lo largo del año, así como también detectar la tipología de este tipo de incidentes. Desde el primer informe elaborado en 2013, hasta el último del año 2019, se observa un incremento del 45,6 % de esta tipología delictiva, lo cual refleja el alcance de esta problemática a la que se enfrenta la sociedad actual. Esto supone un serio riesgo para la convivencia, ya que, miles de personas ven amenazada su propia vida por su origen, religión, orientación sexual, género, etc.

Si nos centramos en los datos relativos al discurso racista o xenófobo, en el año 2018 se conocieron un total de 166 delitos de odio, donde la “ideología” (n=89) y el “racismo/xenofobia” (n=32), son las dos tipologías discursivas con mayor representatividad. Algo similar ocurre en el ejercicio del año 2019, donde también han aumentado los delitos en un 19%, hasta llegar a los 204, en el que destaca el incremento de los delitos por ideología (n=133), mientras que el racismo/ xenofobia se mantiene como la segunda más común. En último lugar, respecto al informe del 2020, a pesar de que se redujeron los delitos de odio en un 5% respecto al año anterior, sí se observa una caída de la “ideología” como categorías principales, en favor del decrecimiento del “racismo/xenofobia”, y los delitos de discriminación por orientación sexual e identidad de género.

Teniendo en cuenta todo lo expuesto anteriormente, nos planteamos que posee un gran interés educativo analizar el tipo de discurso que se presenta en las RRSS hacia el colectivo de personas migrantes y refugiadas. España, dada su situación geográfica, afronta desde hace décadas, la llegada de personas provenientes de diversos países, especialmente del continente africano. Por lo tanto, es importante visibilizar el trato diferencial que se está ofreciendo a estas personas en los medios de comunicación en función de su lugar de procedencia, aspecto étnico o religión.

2. OBJETIVOS

Este estudio se plantea los siguientes objetivos: (1) Analizar y comparar los enfoques discursivos de los tuits, incluyendo contenido textual e imágenes que usa el *hashtag* #NoSonRefugiados en la red social Twitter, y (2) Analizar y comparar la temática de los *hashtag* que acompañan a las etiquetas que son objeto de análisis en este estudio

3. METODOLOGÍA

Este estudio sigue una metodología cualitativa sociocrítica de alcance exploratorio y descriptivo que utiliza el discurso mediado por ordenador como técnica de análisis de datos. La Teoría Fundamentada se define como diseño de esta investigación, con un enfoque sistemático, el cual

destaca por seguir minuciosamente el proceso inductivo de codificación con el fin de elaborar una teoría del fenómeno de estudio (Sampieri & Mendoza, 2018). La recogida de datos se ha llevado a cabo a través de la aplicación *TweetArchivist*, y se ha utilizado posteriormente el software informático Atlas. Ti para llevar a cabo el análisis de datos.

Se ha seleccionado la red social Twitter debido a que sus características son congruentes con el diseño de esta investigación: (1) permite a cualquier usuario acceder a los tuits que son publicados de manera abierta, (2) el contenido de los tuits puede ser textual, imágenes o vídeos, por lo que puede hacerse un análisis más profundo de los mensajes que se pretenden transmitir, (3) en esta red social se usan en gran medida hashtags (textos precedidos por el símbolo # que ayudan a categorizar la temática de los tuits, ampliar el mensaje y encontrar o detectar tuits de un determinado tema, y (4), Twitter informa de una serie de datos que ayudan a cuantificar la relevancia e impacto que tiene un tuit, como son el número de likes, comentarios y retuits.

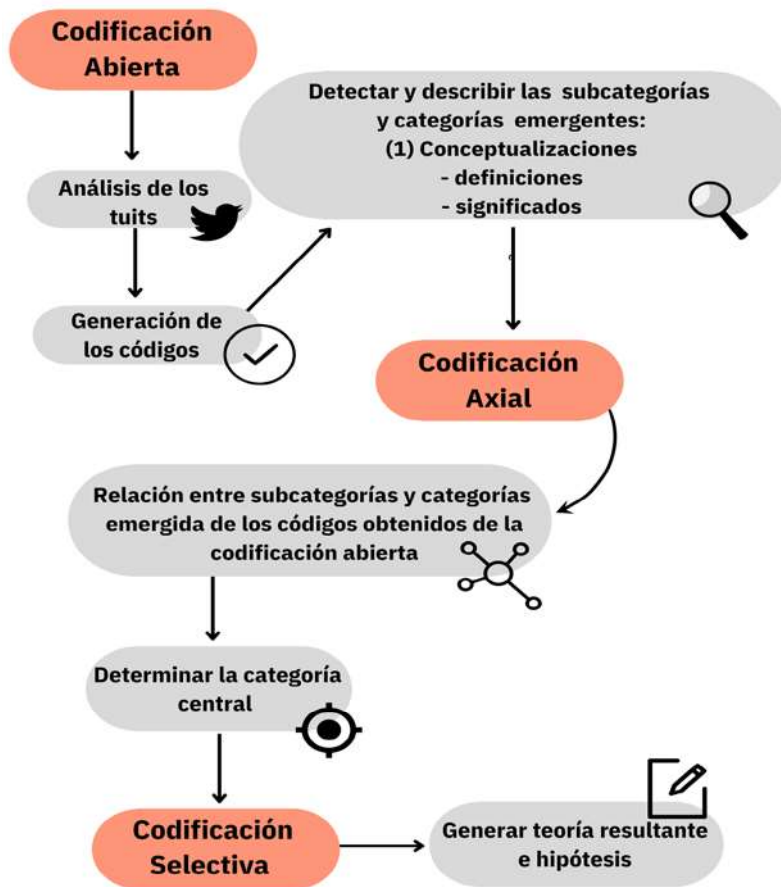
Se realizó una búsqueda de información utilizando los hashtags seleccionados: #NoSonRefugiados y #SonRefugiados. Se descargaron, organizaron y enumeraron los tuits asociados a cada una de las etiquetas para posteriormente realizar el análisis de contenido del materia escrita, y audiovisual (imágenes y vídeos) La selección de estos hashtags se debe a que algunos de esos tuits se hicieron virales, mientras se producía un debate social paralelo en los medios de comunicación convencionales. En ambos casos se plantearon las diferencias existentes de los refugiados provenientes de Ucrania, y los que procedían de otros países.

La recogida de datos se ha llevado a cabo desde el 24 de febrero hasta la finalización del mes de marzo. Se obtuvo una muestra de 344 tuits en los que se han utilizado las etiquetas #NoSonRefugiados y #SonRefugiados.

Para el análisis de los datos cualitativos se siguieron las siguientes fases (Jorrín et al., 2021): (1) Lectura pormenorizada de los datos y (2) Codificación de los datos teniendo en cuenta las áreas temáticas relevantes para el estudio (hashtags) con el fin de profundizar en la comprensión de fenómeno analizado, el discurso racista y xenófobo hacia los refugiados en Twitter. Esta codificación, tal como establece Strauss & Corbis (2002), sigue un proceso con tres fases: (1) abierta, (2) axial y (3) selectiva (ver figura 1):

Figura 1

Proceso de codificación



Nota. Elaboración propia.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En relación al primer objetivo (ver figura 2), se ha elaborado una nube de palabras, en la que se diferencia tres tipos de categorías: #NoSonRefugiados (color negro), #Refugiados (color gris), y comunes (color azul). Si prestamos atención a las categorías emergentes del análisis del contenido de los tuits que utilizan la etiqueta #NoSonRefugiados, encontramos que esta se relaciona con temas como, “invasión”, “hombres”, “violencia”, “agresividad”, “negros”, “vivir la vida sin trabajar”, “peligro”, “advertencia” e “insultos”. En el caso del hashtag, #Refugiados, los temas asociados son “facilidad acceso a ayudar”, “ayuda”, “mujer”, “blanca”, “ternura”, “bebé”, “pena”, “solidaridad” y “familia”. Finalmente, los temas que emergen de ambas etiquetas son “refugiados vs invasión”, “blancos vs negros” y “religión”.

Figura 2

Categorías temáticas emergentes de la codificación abierta



Nota. Elaboración propia.

A continuación, se desarrolló un proceso de comparación de los códigos respecto a sus propiedades y significados, lo que permitió establecer la siguiente organización de la categoría emergente, así como las seis subcategorías relacionadas con ella.

Categoría emergente: motivos por los que se expresa el odio

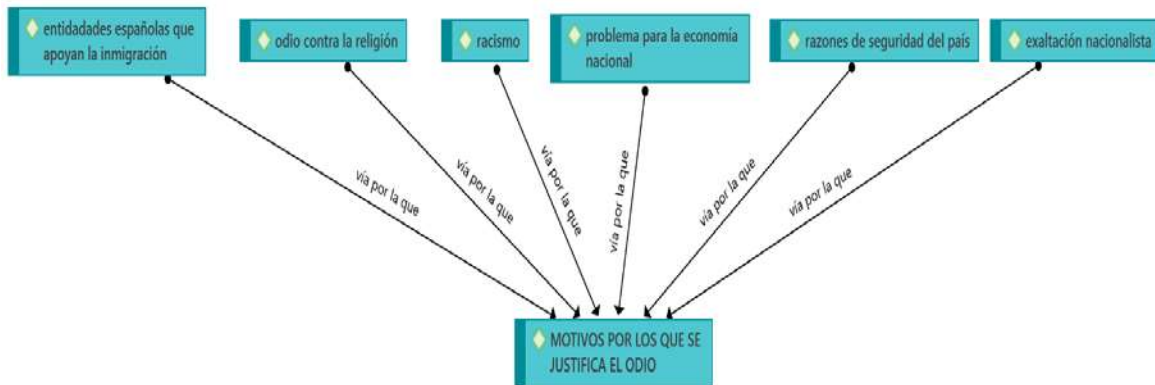
Subcategorías

- seguridad del país
- racismo
- odio contra la religión
- economía del país
- exaltación nacionalista
- entidades españolas que apoyan la inmigración

En una segunda etapa, se ha llevado a cabo la codificación axial donde se identifica las relación entre la categoría y las subcategorías subyacentes. Strauss & Corbin (2002) afirman que hay que tener en cuenta que estas relaciones representan un fenómeno, en este caso el discurso en Twitter sobre los refugiados. En este punto, se lleva a cabo la elaboración la red que a continuación se exponen (ver figura 3).

Figura 3

Motivos por los que se justifica el odio contra los refugiados



Nota. Elaboración propia.

Como se observa en la figura 3, se establece se justifica el odio por seis razones. En la exposición de todas ellas, se irán detallando alguno de los códigos detectados en cada una de las seis tipologías. En primer lugar, (1) la exaltación nacionalista es una justificación para expresión del odio, donde se busca defender la identidad nacional frente a la supuesta invasión de los refugiados del sur (e.g. invasión, nación). A continuación, (2) se encuentra la seguridad como motivo por el que se vierte el odio, el cual establece que los refugiados provenientes del sur suponen un problema para toda la ciudadanía por su carácter invasor (e.g. seguridad en las fronteras), así como por considerarles radicales (e.g. lucha armada, terrorismo).

En tercer lugar, (3) también se considera a los refugiados del sur como un problema para la economía (e.g. saqueadores, vivir la vida sin trabajar), al caracterizarles como individuos que se apropian y se aprovechan de los recursos del país que los acoge. En segundo lugar, la exaltación nacionalista es otro motivo de expresión del odio, donde se busca defender la identidad nacional frente a la supuesta invasión de los refugiados del sur (e.g. invasión, nación). Otra de los motivos de odio es (4) el racismo, en donde no existe una percepción de los refugiados como una amenaza, sino que se basa en la discriminación por el color o raza de las personas (e.g. negros, simios). De forma paralela, se encuentra (5) el odio por motivos religiosos, donde se considera, que especialmente el islam, es una amenaza a los valores nacionales, por sus creencias y la supuesta radicalidad que supone (e.g. ISIS, islamistas). En último lugar, (7) el rechazo vía de odio por la que se señala a identidades nacionales (e.g. políticos/as de izquierda, gobierno de España), como culpables y defensores de la llegada a estos refugiados.

En cuanto al segundo objetivo, se ha detectado que el 50% de los tuits analizados se acompañan

de imágenes (e.g. ver figura 4,5,6), los cuales acompañan a los discursos de odio que se promueven en el hashtag objeto de análisis. En referencia a los hashtags utilizados junto con el #NoSonRefugiados son: #invasion, #inmigracionilegaldesatada, #invasionprogramada, #Noseintegran, #deportacionesmasivas, #Refugiadosnobienvenidos y #gobiernocriminalcorruptoymentiroso. En cuanto a los hashtag que se incluyen en los tuits bajo la etiqueta #Refugiados se han encontrado: #diamundialdelrefugiado, #refugiadosucranianos, #Ukraine, #PutinWarCriminal, #ayudaUcrania y #Nomasguerrasporfavor. Estos hashtag poseen una importante vinculación a los discursos del odio que se promueven dentro de la temática que se analiza que se promueve.

Figura 4

Imagen presente en el #NoSonRefugiados



Nota. Elaboración propia.

Figura 5

Tuit presente en el #NoSonRefugiados

Los próximos concejales de tu distrito, como no pongamos remedio.
[#NoSonRefugiados](#)



Nota. Elaboración propia.

Figura 6

Imagen presente en el #NoSonRefugiados



Nota. Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES Y PROPUESTA/S

Este estudio ha permitido visibilizar este dualismo en el trato hacia los refugiados, así como el discurso de odio hacia el colectivo proveniente del sur en la red social Twitter. La normalidad con la que se vierte el odio en las redes sociales no es un fenómeno aislado. Los datos que ofrece la ONDOD (2021) reflejan un aumento del 43.6 % de los delitos de odio en España desde el año 2013, por lo que se habla de un hecho real, a la vez que enormemente peligroso para la convivencia social. De esta forma, cabe recordar que las víctimas han de ser el foco del debate, ya que son quienes sufren y ven peligrar en ocasiones su propia integridad física, así como a la vulneración de sus DDHH más fundamentales como el derecho a la vida, la seguridad y la no discriminación. Por ello, las actuaciones que se lleven a cabo desde las instituciones públicas ha de ir en esta línea, centrada en primer lugar sobre la protección para que no se vulneren los derechos de las víctimas.

Las tipologías discursivas de odio que se reflejan aquí pretenden establecer diferencias entre categorías de refugiados en función de su lugar de procedencia, etnia, religión o rasgos físicos. El mensaje que se transmite a través de los tuits con el hashtag #NoSonRefugiados se asocia a categorías como violencia, hombres, invasión, personas negras, llegada masiva y desordenada. En contraposición, el mensaje que se pretende transmitir a través del hashtag #Refugiados se

relaciona con categorías como ternura, mujeres y niños, acogida, personas blancas y pena. De esta forma, se busca vincular la inseguridad ciudadana como consecuencia de la acogida de un colectivo con unas características concretas. En definitiva, se pretende transmitir un discurso reaccionario y de odio que busca afianzar prejuicios basados en respuestas emocionales de rechazo más que en juicios racionales (Martínez et al., 2019).

Este estudio refleja la necesidad de proporcionar formación específica sobre el análisis del contenido audiovisual, ya que como menciona Ibarra (2016), las imágenes se conforman como un mecanismo muy eficiente para la propagación de la desinformación. Larrosa (2007) entiende que la educación está en la obligación de ofrecer herramientas para comprender el mundo visual. Esta concepción cobra más importancia aún en la actualidad, especialmente en los medios de comunicación, los cuales usan, en ocasiones abusan, de los contenidos visuales como mecanismo para informar, y en ocasiones desinformar. Si no se considera este enfoque, se condena a los niños y niñas a convertirse en sujetos fácilmente manipulables, por lo que la alfabetización visual debe de ser una realidad.

Todas estas concepciones cada vez cobran más importancia en el ámbito de la educación, fruto de ello la reciente publicación de la Ley Orgánica 3/2020 (LOMLOE), en donde se introduce la comunicación audiovisual y la competencia digital, con un enfoque hacia la alfabetización mediática. No obstante, a la expensa está de ver cómo será la integración real en la escuela de estas propuestas teóricas, claves para el futuro de la educomunicación.

El fenómeno del odio constituye una amenaza para los valores democráticos, la estabilidad social y la paz (Revenga, 2015). En este sentido los medios sociales en general y las redes sociales en particular poseen un gran poder sobre la opinión pública y pueden convertirse en una plataforma que fomenta la estigmatización, la deshumanización y la intolerancia. Por ello, se hace más necesario que nunca lo mencionado anteriormente, una formación crítica sobre los medios, que abogue por entender los intereses ideológicos y económicos presenten en todos los medios de comunicación.

La lucha contra el discurso de odio es responsabilidad de toda la ciudadanía, ya que todos podemos contribuir a la prevención de esta tipología discursiva, que puede ser el origen de la violencia contra personas especialmente vulnerables y otras violaciones graves de los derechos humanos. En definitiva, como educadores, debemos ser conscientes de esta realidad con el fin de promover una educación intercultural, antirracista y crítica en el uso de los medios y las redes sociales desde la escuela. En consecuencia, posicionarse frente a este peligroso fenómeno,

entendiendo la necesidad de dar voz a quienes sufren de las injusticias sociales, y promover valores de igualdad, respeto y diversidad. La educación en estos valores es la clave para lograr sociedades más pacíficas y justas (ONU, 2015),

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Del Olmo, M. (2005). Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismos sociales. *XXI: Revista de Educación*, 7, 13-23.
- Essalhi, A. (2022). *El discurso del odio en Twitter: análisis de la situación de los refugiados*. Manuscrito no publicado
- Freise, S. (2019). *Construir un sistema de códigos*. Atlas.Ti.
https://doc.atlasti.com/QuicktourMac.es.v9/Codes/CodeSystem_es.html
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las tres rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill. McGrawHill Education.
- Ibarra, E. (2016). Discurso de Odio y Tsunami de Xenofobia e Intolerancia. *Informe Raxen*, 106.
- Larrosa, J. (2007). Las Imágenes de la Vida y la Vida de las Imágenes: tres notas sobre el cine y la educación de la mirada. *Educação & Realidade*, 32(2), 7–22.
- Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. *Boletín Oficial del Estado*, 340, de 30 de diciembre de 2020.
https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-17264
- Martínez, M. A., De Santiago, P. P., Bustos, L., & Rengifo, M. S. (2019). Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales. *Mediaciones Sociales*, 18, 25-42.
<https://doi.org/10.5209/meso.64527>.
- Ministerio del Interior, Secretaría de Estado de Seguridad. (2013). *Informe sobre la evolución de los delitos de odio en España*. Gabinete de Coordinación y Estudios.
- Oficina Nacional de Lucha contra los Delitos de Odio. (2019). *Informe de la evolución de los delitos de odio en España*. Gabinete de Coordinación y Estudios.
- ONU (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. ONU.
- Pla, I., Adam, A & Bernabeu, I. (2013). Estereotipos y prejuicios de género: factores determinantes en Salud Mental. *Norte de Salud Mental*, 11, (46), 20-28.
- Revenga, M. (2015). *Libertad de expresión y discursos del odio*. Miguel Revenga Sánchez, (dir.). Universidad de Alcalá, Servicio de Publicaciones.

San Martín, D. (2014). Revista Electrónica de Investigación Educativa Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa Research. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 16(1), 104–122.

Strauss, A., & Corbin, J. (2002). Codificación abierta y Codificación axial. In *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*.

Universidad de Salamanca (2020). *PHARM. Preventing Hate Speech Refugees and Migrants. European Union's Rights, Equality and Citizenship Programme (2014-2020)*. Universidad de Salamanca.