

DISCURSO POLÍTICO EN REDES SOCIALES SOBRE EL COLECTIVO MINORITARIO INMIGRANTE: ANÁLISIS DE LAS NARRATIVAS E IMPLICACIONES EDUCATIVAS
POLITICAL SPEECH IN SOCIAL NETWORKS ABOUT THE IMMIGRANT MINORITY GROUP: ANALYSIS OF NARRATIVES AND EDUCATIONAL IMPLICATIONS

Héctor Galindo-Domínguez

Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), España
hector.galindo@ehu.eus
<https://orcid.org/0000-0003-0562-160X>

Daniel Losada Iglesias

Universidad del País Vasco – Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), España
daniel.losada@ehu.eus
<https://orcid.org/0000-0003-3842-7694>

Sergio García-Magariño

Universidad Pública de Navarra (UPNA) / I-Communitas, España
sergio.garciam@unavarra.es
<https://orcid.org/0000-0002-0562-3800>

Cómo citar / Citation: Galindo-Domínguez, H., García-Magariño, S. y Losada Iglesias, D. (2023). Discurso político en redes sociales sobre el colectivo minoritario inmigrante: análisis de las narrativas e implicaciones educativas. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 18(1): 97-114. <https://doi.org/10.14198/obets.22342>

© 2023 Héctor Galindo Domínguez, Sergio García-Magariño y Daniel Losada Iglesias

Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia de uso y distribución Creative Commons Reconocimiento 4.0 Internacional (CC BY 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

Recibido: 29/03/2022. Aceptado: 08/07/2022

Resumen

En un clima de polarización como el que se vive actualmente, el recurso al miedo y a la descalificación, tan común en las estrategias políticas electoralistas, se topa con límites éticos y legales vinculados al discurso del odio y al enaltecimiento del terrorismo. Por ello, estudiar las dinámicas de redes que rozan la radicalización violenta, en general, y los discursos del odio, en particular, se torna vital. El objetivo del presente estudio es, en primer lugar, caracterizar los discursos en torno a la inmigración que proceden de los representantes políticos de los partidos principales de España y, en segundo lugar, evaluar dichos discursos en función del nivel de riesgo en el que incurren de cometer delitos relacionados con el discurso del odio. Para este fin, se utiliza una red social como sistema de análisis, *Twitter*, en la que se analizan 500 *tweets* relacionados con las palabras «inmigrantes», «menas» y «refugiados» de un total de 132.249 *tweets* de los diversos

Abstract

In a climate of polarization like the one we are currently experiencing, the use of fear and disqualification, so common in electoral political strategies, runs up against ethical and legal limits linked to hate speech and the praise of terrorism. For this reason, studying the dynamics of networks that are on the verge of radicalization, in general, and hate speech, in particular, becomes vital. The objective of this study is, firstly, to characterize the speech related to immigration that comes from the political representatives of the main parties in Spain and, secondly, to evaluate this speech based on the level of risk of committing crimes related to hate speech. For this purpose, a social network is used as an analysis system, *Twitter*, in which 500 tweets related to the words «immigrants», «menas» (unaccompanied minors) and «refugees» are analyzed from a total of 132,249 tweets from the more influential political parties. The findings point out

partidos políticos más influyentes. Los hallazgos apuntan a la existencia de un patrón estadísticamente significativo y antagonístico entre los discursos de los partidos políticos PSOE y Vox ante la inmigración ilegal. Concretamente, se aprecia cómo mientras el primero destaca la parte más humanística de la inmigración y considera que es un problema que debe ser tratado internacionalmente, el segundo subraya las consecuencias negativas que puede tener esta situación en la seguridad de la ciudadanía española. Finalmente, se proponen diversas implicaciones educativas relacionadas con la competencia mediática y el empoderamiento del profesorado y del alumnado.

Palabras clave: Redes sociales; inmigración; exclusión social; Twitter; comunicación política; discursos del odio.

Extended abstract

In a climate of polarization like the one we are currently experiencing, the use of fear and disqualification, so common in electoral political strategies, runs up against ethical and legal limits linked to hate speech and the praise of terrorism. For this reason, studying the dynamics of networks that are on the verge of radicalization, in general, and hate speech becomes vital. The objective of this study is, firstly, to characterize the speech related to immigration that comes from the political representatives of the main parties in Spain and, secondly, to evaluate this speech based on the level of risk of committing crimes related to hate speech. For this purpose, a social network is used as an analysis system, Twitter, in which 500 tweets related to the words «immigrants», «menas» (unaccompanied minors) and «refugees» are analyzed from a total of 132,249 tweets from the more influential political parties. The findings point out the existence of a statistically significant and antagonistic pattern between the PSOE's and Vox's political parties' speech regarding illegal immigration. Specifically, it is appreciated how while the first highlights the most humanistic part of immigration and considers that it is a problem that should be solved internationally, the second underlines the negative consequences that this situation could have on the security of Spanish citizens. Finally, various educational implications related to media competence and the empowerment of teachers and students are proposed.

A few further words may be relevant. The aim of this paper was twofold. On the one hand, we have tried to characterize the speeches made about immigration by the main political representatives in Spain. On the other hand, we have attempted to evaluate these speeches in terms of the level of risk of committing hate speech-related crimes by searching for a common pattern.

The findings obtained after the content analysis on Twitter support several intuitive perspectives prevalent in public opinion and in the opinion pieces of the mainstream media in Spain: in relation to immigration, the VOX party maintains the most aggressive discursive position. The result emerges from the interpretation of the fact that emerged from the correspondence analysis, a fact that illustrates that there

the existence of a statistically significant and antagonistic pattern between the PSOE's and Vox's political parties' speech regarding illegal immigration. Specifically, it is appreciated how while the first highlights the most humanistic part of immigration and considers that it is a problem that should be solved internationally, the second underlines the negative consequences that this situation could have on the security of Spanish citizens. Finally, various educational implications related to media competence and the empowerment of teachers and students are proposed.

Keywords: Social media; immigration; social exclusion; Twitter; political communication; hate speech.

are certain pejorative words that are significantly linked to the discourse of certain political parties on the subject of immigration. In this sense, based on these words, a clear linguistic pattern or structure that characterizes the political discourse on social networks about the minority group of immigrants can be seen. Thus, regardless of the political group of origin and after analyzing the words significantly associated with the discourse in social networks, it is observed (a) how the political parties assign a series of attributes to the minority groups; (b) in certain cases, those supposedly responsible for the immigration phenomenon that Spain is experiencing are pointed out; (c) in all cases it is established who is affected by this situation, even detailing the consequences for them; and, (d) finally, a series of actions are specified that the corresponding institutions should carry out to solve the problem.

The structure of the discourse found in Spanish political formations about immigration in the Twitter network is similar to that proposed in the Five-Step Social Identity Model of the Development of Collective Hate by Reicher *et al.* (2008) and verified in social networks by Patterson (2019) for the study of hate speech against Muslims. In this structure, the authors point out how in hate speech there is a process of identification whereby members of a collective with the same vision group together and exclude the minority group through different channels, such as social networks. Next, there is a process of attribution of pejorative characteristics to the minority group and an attribution of positive characteristics, socially well regarded, to the group created, even to the point of seeing themselves as heroes (Patterson, 2019). Finally, there is a process of motivation towards the eradication of the minority group as a necessary factor to defend social welfare. This is the propitious context that political parties of the extreme right or left—such as the political formation VOX with the case of immigration in this study—take advantage of to reach those people who are going through greater personal problems with the populist promise of guaranteeing their welfare and attributing the causes of their discomfort or potential discomfort to a specific minority group.

Previous works, not necessarily focused from the perspective of the political representative, have also found

some common characteristics in hate speech in social networks, such as anonymity, focus on racial or class problems or the significant relationship between pejorative adjectives and words linked to minority groups (Mondal *et al.*, 2017), findings that, in part, have also been found in the present work.

The results of the present research have a number of implications, both methodological, as well as practical that should be commented on. First, the technique used—term correspondence analysis via Twitter—may have heuristic potential for the analysis of public discourses on very diverse types of phenomena. For example, the analysis of network discourses of jihadist radicalization agents to engage young people, in order to generate more powerful counter-narratives, is a topic of growing interest in security studies (Sarah *et al.*, 2020).

Secondly, in practical terms, policies for the prevention of radicalization, hate speech and hate crimes could benefit from the systematic introduction of this type of analysis in their monitoring of problematic trends, being aware that anticipation can be fundamental for security and crime prevention measures to be effective.

Third, another implication of this study may be pedagogical. Networks exert an increasing influence on people and have become one of the main sources of information as well as socialization (Hajli, 2014). This fact highlights the need for further training in media literacy, more particularly, in network literacy. The type of literacy referred to here does not refer to basic network use skills, but to the critical ability to discriminate reliable sources from false ones, to decipher the values and intentions underlying technological tools and media messages coming from networks, and, finally, to contrast the information read with

objective data from more solid studies, in order to unmask the myths that are transmitted as if they were truths. This personal development of critical thinking in social networks, accompanied by other factors that in recent years evidence has been confirming them as effective in reducing cyberhate, such as family mediation in the educational environment (Wright *et al.*, 2021), the use of gamification (Lenarčič & Dež, 2021) and Newsgames (Gómez-García *et al.*, 2021), can serve educational professionals as an amalgam of measures designed to be introduced and developed in their pedagogical practices.

The main limitation of this study lies in the fact that the behavior in networks may not be a faithful copy of the real perspective of political parties and society. Recognizing this potential difference is fundamental to avoid drawing too hasty conclusions from the results obtained.

Despite this limitation, it is hoped that future work could use the pattern of analysis applied in this study to examine communication patterns on many other topics, such as the impact of political discourse on other minority groups. In addition, it could be interesting to analyze the coherence between the electoral programs of the parties on certain areas, and the communication they make in networks about them, such as Education, for example. Other promising lines are linked to educational intervention. The deepening of educational programs or pedagogical strategies that develop and consolidate media literacy in networks is a clear example. Likewise, the assessment of experiences with ICT tools to empower teachers and students to raise awareness about hate speech, violent behavior and its negative effects can identify good educational practices. Although the discussion in this paper has given a few hints about hate speech in the networks, it is a field that still needs to be investigated in greater depth.

1. INTRODUCCIÓN

La construcción de discursos sobre la inmigración en España ha sido un tema problemático en los últimos años (Zapata-Barrero *et al.*, 2008). Dentro de la Unión Europea ha sido uno de los países receptores de inmigración más tardíos, aunque la intensidad de llegada ha sido muy alta en varios periodos (Reher & Requena, 2009, p. 267), generando picos de alarma social relacionada con la gestión de la diversidad. La crisis de los refugiados del 2015 suscitó mayor conciencia ciudadana acerca de la gravedad de la situación de la población migrante (García-Magariño & Sant, 2019; García-Magariño, 2021). Ante esta situación la Unión Europea ha demostrado dificultades evidentes a la hora de abordar este problema desde la perspectiva de los derechos humanos y ha presentado notorias divisiones

y ambigüedades entre los distintos países (Gómez-García *et al.*, 2021). En este contexto, los discursos agresivos contra la población inmigrante se han agudizado, no sólo encontrándose una discriminación encubierta, sino que se ha llegado incluso a niveles de discurso de odio abierto (Ben-David & Matamoros-Fernández, 2016).

1.1. Discursos de odio, redes sociales y populismos

La conexión entre los discursos de odio, las redes sociales y los populismos es tan evidente como escurridiza. En esta sección se intentarán clarificar algunos de esos conceptos, en primer lugar, e ilustrar su vinculación, por el otro. A modo de hipótesis de partida, se puede decir que los populismos, en su intento de maximizar la movilización social, hacen uso de todo tipo de discursos reductivos, fáciles de

comprender, encapsulados en lógicas antagonistas e identitarias que, debido a las redes sociales, encuentran un altavoz que hacer reverberar sus mensajes y mediante el cual estos se extienden como la pólvora. Los algoritmos que gobiernan las redes, además, favorecen el surgimiento de nichos de opinión cada vez más extremos y polarizados, por lo que los mensajes de los populismos se vuelven todavía más agresivos en esos medios. Aunque la sociedad no refleja el mismo grado de polarización que el que se refleja en las redes, también es afectada por esta dinámica.

1.1.1. Discursos de odio

Los discursos del odio preceden a los delitos del odio y, por lo tanto, la literatura sobre esta cuestión ha abordado este tema de manera extensa para lograr diferenciar claramente ambos —aunque con las manifestaciones extremas de odio, tales como la incitación al genocidio y al terrorismo, no haya tanta discusión (Paz *et al.*, 2020)—. Por un lado, los delitos de odio son definidos por la Organización para la Seguridad y Cooperación Europea (2003) como «toda infracción penal, incluidas las cometidas contra las personas o la propiedad, donde el bien jurídico protegido se elige por su real o percibida conexión, simpatía, filiación, apoyo o pertenencia a un grupo». Por otro lado, el discurso del odio es comprendido como cualquier forma de expresión que manifieste odio hacia una determinada persona o grupo de personas por motivo de las características que poseen o al grupo al que pertenecen (Saleem *et al.*, 2017).

Ambos tienen que ver, en mayor o menor medida, con el odio y la violencia, física o verbal, dirigidos hacia personas que pertenecen a colectivos identitarios particulares. La literatura relacionada al respecto menciona que hay muchas formas de discursos basados en cuestiones tales como las distinciones raciales, étnicas, religiosas y nacionales realizadas (Merrill & Åkerlund, 2018).

Es por ello que algunos autores complementan la definición de discurso de odio haciendo alusión a cómo, además de lo mencionado previamente, el discurso del odio tiene una intencionalidad implícita o explícita de promover actos violentos o generar un clima de asedio a determinados colectivos que pueda desencadenar en actos violentos contra una persona o grupo de personas (Benesch, 2018). No obstante, con independencia de que se susciten o no actos violentos, el discurso del odio busca la creación de un estigma y el desarrollo de

una etapa de deshumanización en las víctimas objetivo (Wiessner, 2009). Varios trabajos apuntan a que este estigma, cuando perdura en el tiempo, hace que los estereotipos y sentimientos negativos hacia los grupos minoritarios aumenten, siendo solamente necesario un acontecimiento desencadenante para que se cometan delitos de odio (Williams & Burnap, 2016).

Uno de los problemas añadidos de los discursos de odio es cuando se dirigen a colectivos minoritarios que pueden estar en condición de vulnerabilidad. La vulnerabilidad es comprendida como una condición de naturaleza social o física por la que una persona o grupo de personas son más susceptibles de sufrir un determinado tipo de daño (Rogers *et al.*, 2012). En palabras de Mossie & Wang (2020), entre las principales barreras con las que se suelen encontrar las comunidades minoritarias para vivir armoniosamente en sociedad se encuentran la marginación social y la discriminación del colectivo. Posteriormente, estos pueden convertirse en objeto de violencia a causa de actitudes de odio desarrolladas hacia estos colectivos.

La literatura explorada muestra la tipología bajo la que se camuflan los mensajes de odio, hallándose claramente una doble diferenciación (Waldron, 2014). Por una parte, existe un grupo de mensajes dirigidos a las víctimas cuyo objetivo es deshumanizar y ridiculizar haciéndolas sentir que no son bienvenidas en la sociedad a la que quieren acceder. Por otra parte, existe otro grupo de mensajes dirigidos a la sociedad en general que tiene como objetivo animar y motivar a los individuos con ideas afines a seguir transmitiendo el mensaje con un claro fin: discriminar, excluir y no tolerar a ciertos grupos de la sociedad.

Si los discursos del odio dirigidos contra colectivos vulnerables ya son inherentemente problemáticos —por representar la antesala de la violencia—, la proliferación de estos en el clima político actual caracterizado por la polarización afectiva y el populismo los hace todavía más peligrosos (Sánchez-Prieto, 2021). En el discurso populista hay una tendencia al antagonismo y la demonización del rival más que al agonismo o conflicto, que es un elemento central de la política (Manfredi-Sánchez *et al.* 2021). La apelación a las emociones como el miedo, la incertidumbre o el resentimiento por parte de políticos populistas es frecuente porque forma parte de la estructura de dicho discurso (Alonso-Muñoz, 2018).

En este sentido, la inmigración ha sido una importante temática dentro de la reciente polarización afectiva y los nuevos populismos en España (Miller, 2020). Esta clase de polarización, estudiada y documentada ampliamente en EE. UU. (Klein, 2020; Levitsky & Ziblatt, 2018), refleja un patrón de las democracias liberales y no responde tanto a las políticas específicas como a las ideologías y las identidades.

Los discursos contra inmigrantes, especialmente cuando combinan un origen étnico árabe y la religión musulmana, tienen implicaciones para la eficacia de las medidas de prevención de la radicalización violenta, puesto que favorecen que los agentes de radicalización encuentren justificaciones para reclutar y movilizar población vulnerable (Ibarra, 2020).

La discriminación y el odio, cuando no se controlan y mitigan, suelen desembocar en distintas modalidades de violencia que es preciso identificar y abordar con vocación preventiva. Desde hace años, el Consejo Europeo lleva poniendo en marcha su iniciativa titulada *No hate Speech movement*, con propuestas como *Countering online hate speech* (Gagliardone et al., 2015), a fin de buscar potenciales soluciones para tratar de prohibir cualquier tipo de discurso de odio, independientemente de la forma que adopte.

Antes de proseguir con las redes sociales, un último comentario relacionado con el contexto particular de España, de índole jurídica, puede hacerse necesario. En España el discurso de odio representa un delito en sí mismo, puesto que está recogido como tal en el artículo 10 del Código Penal (CP). Sin embargo, juristas como Alcácer-Guirao (2021) plantean que su definición es algo ambigua, lo que puede producir una colisión con la necesidad de preservar la libertad de expresión. Por ello, jurídicamente el discurso de odio como delito no es simplemente un discurso discriminatorio, de rechazo contra un colectivo, tal como se mencionó arriba, sino que se han de dar ciertas condiciones para que una expresión de odio o discriminación pueda ser interpretada como discurso de odio y, por lo tanto, suponga un delito. El citado Alcácer-Guirao subraya dos: que la expresión despectiva conlleve el peligro de que personas incurran en acciones agresivas contra el colectivo en cuestión; y que el colectivo al que se dirija la proclama esté en condiciones de vulnerabilidad real.

1.1.2. Redes sociales

Las redes sociales están acusadas de promover este discurso de odio hacia los inmigrantes, ya que posibilitan e influyen en diversas estrategias discursivas de identificación y persuasión (Merrill & Åkerlund, 2018). Estas plataformas amplifican y fabrican el discurso racista, mediante prácticas como compartir y valorar las publicaciones, lo que refuerza el mensaje; un resultado de los algoritmos que gobiernan dichas plataformas (Matamoros-Fernández, 2017). En el caso concreto de los partidos políticos de extrema derecha españoles, las redes sociales se llenan de un volumen cada vez mayor de mensajes discriminatorios encubiertos —y abiertos— que desencadenan un discurso de odio entre sus seguidores (Ben-David & Matamoros-Fernández, 2016).

No obstante, las redes se han vuelto muy sofisticadas, puesto que la inteligencia artificial ha logrado que se puedan producir perfiles de grupos sociales inimaginables en el pasado (Garriga, 2020). El discurso de odio en las redes sociales —como una nueva forma de racismo basada en las prácticas de los usuarios, los valores culturales y la política de las plataformas— se está convirtiendo en una preocupación pública y está provocando debates sobre las obligaciones de estas plataformas (Gillespie, 2017).

Las redes sociales están legitimando estos discursos a través de un proceso de lavado de la información (Klein, 2012). Se estaría ante una ambigüedad deliberada en los discursos en redes sociales (Giglietto & Lee, 2017); una especie de «neo racismo» o «racismo elegante», en anonimato, con pseudónimos, que está invadiendo *Twitter*, y que incluye una negación específica de toda actitud racista (Alberdi, 2019).

Este fenómeno de las redes sociales forma parte de lo que se denomina odio digital (Merrill & Åkerlund, 2018) o ciberodio (López-Ortega, 2015), que puede tomar otro tipo de herramientas digitales para la difusión de dicho discurso de odio. Su peligrosidad radica en su poder de amplificación y propagación mediante estas herramientas (López-Ortega, 2015).

La comunidad científica también está dando grandes pasos para comprender mejor el mensaje de odio que impera entre grupos radicales y para poder detectarlo con mayor precisión en el ámbito de las

redes sociales (Badjatiya *et al.*, 2017; Vigna *et al.*, 2017; Saleem *et al.*, 2017; Wright *et al.*, 2017). Por el momento, algunos datos apuntan a que el discurso de odio digital tiene graves consecuencias en el bienestar de los grupos minoritarios que lo sufren, al ser víctimas recurrentes de daños psicológicos e inducción al miedo. Parece que las consecuencias son aún más alarmantes en términos psicológicos cuando los sujetos son expuestos durante largos periodos a un contenido hiriente, en comparación con la exposición a discursos que se llevan a cabo en entornos *offline* (Gagliardone *et al.*, 2015).

La irrupción en el panorama político de España de partidos como Podemos y VOX ha intensificado la contienda electoral en las redes sociales (López-López, 2021). Podemos es un ejemplo paradigmático de la utilización intensiva de las redes sociales para la difusión de su discurso y ha conseguido un doble objetivo contradictorio, pero efectivo. Por un lado, una cercanía con el ciudadano alejada de los medios de comunicación clásicos (Zugasti & Pérez-González, 2016), y por otro lado la incorporación por vía indirecta de sus propuestas en esos mismos medios (Casero-Ripollés *et al.*, 2016). En el caso de VOX, su discurso público sobre temas actuales ha manejado un estilo comunicativo novedoso que transgrede hasta la fecha lo políticamente correcto y ha logrado conectar con cientos de miles de ciudadanos.

1.1.3. La conexión entre los discursos de odio, las redes y los populismos

La noción de populismo se conecta con Rusia y con Estados Unidos en el siglo XIX. En el caso ruso, según la *Enciclopedia Británica*, se manifestó en un intento de algunos movimientos sociales, tales como el *Narodniki* —compuesto en parte por intelectuales jóvenes opuestos al régimen—, por conectarse con las masas de campesinos (2014). En el norteamericano, por el contrario, el *Tea Party* agrupó a campesinos y pequeños empresarios cuyo estilo de vida era muy distinto al de la clase política dirigente a la que consideraban privilegiada y corrupta (Hernández, 1997). En todo caso, el populismo implica un esfuerzo por movilizar a la sociedad tratando de trascender las claves ideológicas tradicionales, relacionadas con la derecha y la izquierda.

En España, la retórica de Podemos, cuando acuñó la idea de casta, simboliza dicha estrategia populista por conectar con gran parte de la sociedad aludiendo a

una identidad vaga con la que mucha población puede conectarse. A pesar de que actualmente se asocian ciertos partidos con el populismo, tanto procedentes de sectores de la derecha como de la izquierda, tanto en América como en Europa, el populismo, más que una ideología, puede considerarse un estilo de hacer política (Innerarity, 2015). El filósofo Innerarity, además, plantea que todos los partidos introducen cierto populismo en sus estrategias de movilización.

Si se parte de la premisa del planteamiento anterior y se entiende el populismo en términos de estilo de ejercer la política —sobre todo, la comunicación política—, la conexión de este con las redes sociales se hace más evidente. El populismo busca movilizar a las masas, por lo que aprovecha todos los instrumentos comunicativos para lograrlo. Las redes sociales, en términos de comunicación, se han convertido en el medio ambiente comunicativo de la democracia y en el instrumento para la transmisión desbocada de mensajes (Barberis, 2021). Además, uno de los ideales de las redes sociales, el de la desintermediación periodística entre la producción de información y su consumo, se conecta íntimamente con el ideal del populismo de llegar al “pueblo” sin filtros. El populismo rechaza, en parte, la representación política, y entronca con nociones románticas del *demos*. Las redes, de forma similar, rechazan el papel interpretativo del periodismo.

La vinculación del populismo y las redes sociales con los discursos del odio se debe principalmente a dos factores. El primero tiene que ver con las lógicas del populismo y el segundo con la lógica de las redes. Tal como se ha mencionado, el populismo busca movilizar a las masas, usando mensajes fáciles de comprender, simplificados y que, con pocas referencias, expliquen mucho. Lo visceral moviliza; la identidad por confrontación moviliza; el odio y el miedo movilizan. Desde los 60, las campañas políticas se centran en fragmentar los nichos electorales a través de la polarización afectiva y del fomento de identidades antagonistas (Klein, 2020). Los populismos explotan estas estrategias, por lo que han encontrado altamente efectivo generar sentimientos de animadversión hacia un otro imaginario que es la causa de todos los males. El recurso al odio y a la discriminación parece efectivo.

Los algoritmos de las redes, además, exacerbaban las posiciones. Hay cierto debate en torno a esta cuestión (Allcott *et al.*, 2020), puesto que la causalidad no parece

tan clara. Sin embargo, el clima de las redes, ya sea por el papel de los algoritmos al conducir hacia posiciones cada vez más extremas o porque las redes ofrecen un vehículo idóneo para volcar las posiciones extremas previas, es más polarizado que el de la sociedad analógica (Cinelli *et al.* 2021). Esta combinación de lógicas, que parecen fortalecer mensajes y dinámicas relacionales cada vez más extremas, favorecen, por tanto, la creación y difusión de discursos del odio.

1.2. Objetivo de la Investigación

Los discursos de odio en las redes sociales sobre la inmigración son un área de interés creciente (Alberdi, 2019; Ben-David & Matamoros-Fernández, 2016; Gualda & Rebollo, 2016; Matamoros-Fernández, 2017; Merrill & Åkerlund, 2018). El objetivo de la presente investigación es doble. Por una parte, analizar los discursos que se realizan en torno a la inmigración por parte de los principales representantes políticos de España, y por otra parte evaluar dichos discursos en función del nivel de riesgo en el que incurrir de cometer delitos relacionados con el discurso del odio a través de la búsqueda de un patrón común.

1.3. Hipótesis o pregunta de investigación

Al inicio se planteó una hipótesis de partida genérica que mostraba una posible vinculación entre populismos, redes sociales y discursos del odio. Dicha conexión, además, se ha intentado reflejar en el punto 1.1. De tales afirmaciones, se desprende una intuición que guía este estudio y que se enuncia a continuación.

Si los populismos, en su intento de conectar con la entidad imaginaria del “pueblo”, usan las redes como altavoces, y si esta conexión exacerba los posicionamientos sobre ciertos temas, pudiendo llegar a la creación y difusión de mensajes discriminatorios y de discursos del odio, sería de esperar que aquellos partidos de España considerados populistas tuvieran planteamientos más agresivos en redes sociales acerca de cuestiones tales como la inmigración.

2. MÉTODO

2.1. Participantes

La unidad de análisis del presente trabajo son los mensajes escritos por los políticos más influyentes de

España en 2020 en la plataforma *Twitter* agrupados en sus respectivos partidos políticos. Para determinar la lista de políticos más influyentes se recurrió a la lista que publica Moncloa (24 de enero de 2020), así como la publicada por el periódico *As* (García, 2020) con los 53 políticos más influyentes. De estos 53 políticos, procedentes de la amplia mayoría de partidos españoles, siete fueron excluidos, al no contar con cuenta en la plataforma *Twitter* (Margarita Robles, Felipe González, José María Aznar, Rodríguez Zapatero, Pepe Álvarez, Fernando Grande-Marlaska e Iván Redondo Bacaicoa), quedando completa la participación con 46 políticos.

En base a estos participantes, se descargaron todos los *tweets* que publicaron estos representantes públicos en sus respectivas cuentas. En total se obtuvieron 49.413 *tweets* de los miembros Partido Socialista Obrero Español, 25.395 *tweets* de los miembros del Partido Popular, 9.556 *tweets* de los miembros de VOX, 22.346 *tweets* de los miembros de Unidas Podemos, Izquierda Unida, Más País y En Comú, 6.393 *tweets* de los miembros de Ciudadanos, 12.745 de los miembros de Esquerra-Republicana de Catalunya y Junts Per Catalunya, 3.201 *tweets* de los miembros del Partido Nacionalista Vasco y 3200 *tweets* de los miembros del Partido Regionalista de Cantabria. En total, la muestra de análisis quedó conformada por 132.249 *tweets* de los políticos españoles más influyentes. De todos estos *tweets*, se seleccionaron para la fase final y como unidad de análisis, únicamente, aquellos que estaban vinculados con la inmigración, siendo el total de *tweets* 500.

2.2. Instrumentos

El instrumento principal que se ha empleado para recolectar la información de *Twitter* ha sido la plataforma *Vicinitas.io*. Gracias a la misma, se ha podido acceder al informe histórico de *tweets* de las cuentas de los distintos representantes políticos y descargarlo en un documento Excel.

2.3. Procedimiento y análisis de datos

Tras descargar el total de *tweets* de todos los representantes públicos, el proceso de consolidación de la base de datos comenzó seleccionando, de entre todos los *tweets*, aquellos que contenían al menos una de las siguientes palabras, incluyendo su forma en plural: inmigrante, mena o refugiado.

Tomando como base los 1.332.249 *tweets* y para selección únicamente los *tweets* vinculados con la inmigración, se elaboró una lista de potenciales palabras extraídas del trabajo de Mondal *et al.* (2017) y traducidas al español, además de sinónimos que podrían estar vinculados con el colectivo minoritario de inmigrantes extraídos del diccionario de sinónimos de WordReference y Oxford Languages. En este sentido, las palabras fueron «inmigrante», «migrante», «negro», «extranjero», «turista», «forastero», «guiiri», «extraño» y «meteco». A esta lista se añadieron las palabras «mena», al ser un término de nueva creación que guarda alta vinculación con el tema de estudio, así como la palabra «refugiado», por el mismo motivo. Este filtrado se realizó a través de Excel. Tras analizar el contenido de los *tweets*, se apreció cómo los términos empleados para el grupo de inmigrantes minoritarios fueron las palabras «mena», «refugiado» e «inmigrante». Se hallaron ciertos *tweets* con las palabras «extranjero» y «turista», pero eran palabras muy vinculadas con el turismo vacacional y la economía española, por lo que fueron descartadas.

La búsqueda arrojó 34 *tweets* del PP, 103 *tweets* del PSOE, 237 *tweets* de VOX, 86 *tweets* de UP-IU-MP-EC, 14 *tweets* de Ciudadanos, 18 *tweets* del PNV y 8 *tweets* de ERC-JPC, dando un total de 500 *tweets*, que fueron la unidad de análisis principal del presente estudio. De la formación PRC no se hallaron mensajes que cumplieran con la condición establecida. Seguidamente, se introdujeron en la página web *NubeDePalabras.es* los *tweets* de cada formación política. Esta herramienta permite introducir oraciones y clasificar rápidamente por frecuencias las distintas oraciones. Gracias a ella, se facilitó poder rápidamente analizar las frecuencias de las palabras más empleadas en cada discurso político en torno a la temática del presente estudio. Partiendo de esta información, en una nueva base de datos en Excel, se fueron extrayendo de la aplicación *NubeDePalabras.es* las palabras que mayor frecuencia se observaron para cada partido político, creando así una tabla de doble entrada que recogía en las filas las palabras más frecuentes y en las columnas los distintos partidos políticos. En este proceso, se eliminaron palabras que no contribuían a la comprensión del discurso tales como artículos y preposiciones, manteniéndose únicamente los sustantivos, adjetivos, adverbios y verbos.

Teniendo en cuenta en total de palabras de todos los *tweets* seleccionados, se escogieron solamente el 5% de las palabras con mayor frecuencia para cada partido

político. En muchas ocasiones, las palabras empleadas se repetían en varios partidos políticos, por lo que el total de palabras seleccionadas inicialmente fue de 113. Al observarse que había algunas palabras que tenían unas frecuencias bajas y, en aras de no saturar el análisis de correspondencias, se seleccionaron de estas 113 palabras, aquellas que por frecuencia estaban situadas por encima del percentil 25 ($f > 9$). Es así como el análisis final fue realizado con un total de 86 palabras. En último lugar, la tabla de contingencias entre partidos políticos y palabras empleadas se pasó a *SPSS Statistics*, dejándola así preparada para poder ejecutar un análisis de correspondencias. Finalmente, para conocer qué términos se vinculaban textualmente con las principales palabras del estudio, inmigrantes y menas, se realizó un análisis de palabras tipo árbol a través de la plataforma *JasonDavies.com*.

3. RESULTADOS

El análisis de correspondencias resultante entre las distintas formaciones políticas, y las 86 palabras seleccionadas empleadas más comúnmente en torno a la inmigración, arrojó un modelo de agrupación estadísticamente significativo ($\phi^2 = .887$; $p = .000$), en el que la primera dimensión ($\lambda_1 = .476$) explicaba el 53.6% de la varianza y la segunda dimensión ($\lambda_2 = .189$) el 21.3% de la varianza.

Posteriormente se estudiaron los puntos en la inercia de la dimensión 1, escogiendo aquellas categorías que contribuían más a medir dicha dimensión. Para este fin se divide la unidad entre el total de casos para cada variable. En el caso de la variable Partido Político, al existir 7 categorías, el punto de corte establecido para la contribución del punto en la inercia de la dimensión fue de .14 (1/7), mientras que, en el caso de la variable Palabras vinculadas a la inmigración, al existir 86 categorías, el punto de corte establecido para la contribución del punto en la inercia de la dimensión fue de .01 (1/86).

En el caso de la primera dimensión, los partidos políticos que resultaron estadísticamente significativos por tener una contribución del punto en la inercia superior a su valor de corte ($>.14$), fueron VOX y PSOE, con unas contribuciones del punto en la inercia de la dimensión de .435 y .408, respectivamente. El resto de partidos políticos no entraron a formar parte de este modelo.

Tabla 1. Puntos de fila y columna significativos en la dimensión 1 del modelo analizado.

DIMENSIÓN 1		Puntuación en la dimensión	Contribución del punto en la inercia de la dimensión	Contribución de la dimensión en la inercia del punto	Asociado con
Partidos	PSOE	1.236	.435	.757	
	Vox	-.729	.408	.953	
Palabras	Refugiados	1.137	.157	.905	
	Migrantes	1.673	.048	.735	
	Venezolanos	1.793	.042	.541	
	Internacional	1.653	.040	.770	
	Conferencia	1.793	.036	.541	
	Solidaridad	1.507	.034	.733	
	Donantes	1.793	.028	.541	
	Europa	1.290	.028	.857	
	Humanitaria	1.639	.025	.792	PSOE
	JuntosXLosVenezolanos	1.793	.024	.541	
	Personas	.672	.016	.238	
	Mundo	1.503	.015	.745	
	Vida/s	.917	.013	.493	
	ONU	1.338	.010	.567	
	Politica	1.212	.009	.577	
	Acoger	.846	.007	.540	
	Apoyo	.693	.005	.708	
	Ilegal/es	-1.006	.075	.930	
	Menas	-.970	.070	.911	
	Izquierda	-1.057	.023	.869	
	Inmigrantes	-.403	.021	.740	
	Barrios	-1.057	.019	.869	
	Espanoles	-.600	.016	.715	
	Vecinos	-.924	.016	.881	
	Casa/s	-.982	.012	.770	
	PSOE	-.794	.011	.810	
	Jóvenes	-1.057	.011	.869	
	Canarias	-.799	.010	.781	
	Delincuentes	-1.057	.009	.869	
	MotivosparaLaMoción	-1.057	.008	.869	
Mafias	-.837	.008	.795		
Consecuencias	-1.057	.007	.869		
Invasión	-1.057	.007	.869		
Seguridad	-.720	.006	.847		
Anchas	-.894	.006	.847		
Autónomo/s	-1.057	.006	.869		
Contagiado/s	-1.057	.006	.869		
Llamada	-.772	.005	.816		
Inseguridad	-.930	.005	.837		
Partidos	-.822	.004	.801		
Semana/s	-.560	.002	.652		

Tal y como se recoge en la Tabla 1, se observaron varias palabras vinculadas, en mayor medida, con el discurso de cada uno de los dos partidos políticos, que resultaron significativos. Para la selección de las palabras se siguió el mismo procedimiento que para el caso de los partidos políticos, entrando al modelo un total de 25 palabras significativas, que poseían una contribución del punto en la inercia superior al punto de corte ($>.01$). Acompañando a estas palabras, se apreció otra serie de palabras que, sin llegar a sobrepasar el punto de corte establecido en la contribución del punto en la inercia de la dimensión (el análogo a las cargas factoriales en los análisis factoriales), sí que mostraron una contribución de la dimensión en la inercia del punto (el análogo a las comunalidades en los análisis factoriales) muy elevada, por encima de .50, motivo por el cual se decidió introducir al modelo un total de 16 palabras más, quedando conformada la primera dimensión por 2 partidos políticos y 41 palabras significativas.

En relación con la primera dimensión, se observó que el total de palabras podía ser agrupado en función del papel que ocupaba en el mensaje político en redes sociales y se identificó claramente el siguiente patrón en los discursos políticos:

- **Colectivo:** grupo minoritario al que hacen referencia y sobre el cual escriben el *tweet*.
- **Atributos del colectivo:** hace alusión a características que se asocian con el colectivo minoritario o el efecto que puede generar su presencia.
- **Responsabilidades:** persona o grupo de personas a quienes se les atribuye la responsabilidad de los potenciales problemas causados por la situación del colectivo minoritario.
- **Remitente:** persona o grupo de personas que vive o sufre las consecuencias de la situación en torno a la temática.
- **Actuación:** conjunto de procedimientos que se deben realizar y comportamientos que deben mostrar las grandes instituciones políticas.

La identificación para saber qué palabras se asociaban con qué partido político fue realizada a través del símbolo de la puntuación en la dimensión. Cuando el valor resultaba positivo, se asociaba con PSOE (Puntuación en la dimensión: +1.23), mientras que cuando la categoría resultaba negativa, se asociaba con Vox (Puntuación en la dimensión: -.729).

Tabla 2. Estructura del discurso político para la dimensión 1.

	PSOE	VOX
Colectivo	Refugiados, Migrantes, Venezolanos	Menas, Inmigrantes
Atributos del colectivo	Personas, Vida/s,	Ilegal/es, Delincuentes, Mafias, Invasión, Anchas, Contagiado/s, Llamada, Inseguridad
Responsabilidades	-	Izquierda, PSOE, Partidos
Remitente	Internacional, Europa, Mundo, ONU	Barrios, Españoles, Vecinos, Casa/s, Canarias, Autónomo/s, Jóvenes
Actuación institucional	Conferencia, Solidaridad, Donantes, Humanitaria, JuntosXLosVenezolanos, Política, Acoger, Apoyo	MotivosParaLaMoción, Consecuencias, Seguridad, Semana/s

En la segunda dimensión, siguiendo el mismo procedimiento que para la dimensión 1, los partidos políticos que resultaron estadísticamente significativos fueron PSOE, UPy Ciudadanos, con unas contribuciones del punto en la inercia de la dimensión de .338, .272 y .129, respectivamente, siendo estos valores superiores al punto de corte de .14.

Además, tal y como se recoge en la Tabla 3, se observaron varias palabras vinculadas, en mayor

medida, con el discurso de cada uno de los dos partidos políticos, que resultaron significativos. Para la selección de las palabras se siguió el mismo procedimiento que para el caso de los partidos políticos, entrando al modelo un total de 25 palabras significativas, que poseían una contribución del punto en la inercia superior al punto de corte ($>.01$), quedando conformada la segunda dimensión por 2 partidos políticos y 25 palabras significativas.

Tabla 3. Puntos de fila y columna significativos en la dimensión 2 del modelo analizado.

DIMENSIÓN 2		Puntuación en la dimensión	Contribución del punto en la inercia de la dimensión	Contribución de la dimensión en la inercia del punto	Asociado con
Partidos	PSOE	-0.865	.338	.233	
	UP	.937	.272	.384	
	Ciudadanos	1.360	.129	.306	
Palabras	Venezolanos	-1.992	.082	.420	PSOE
	Conferencia	-1.992	.070	.420	
	Donantes	-1.992	.054	.420	
	JuntosXLosVenezolanos	-1.992	.047	.420	
	Migrantes	-1.245	.043	.257	
	Internacional	-1.121	.030	.223	
	Solidaridad	-1.054	.026	.226	
	Millones	-1.020	.023	.617	
	Menas	-.330	.013	.066	
	Ilegal/es	-.317	.012	.058	
	Humanitaria	-.864	.011	.139	
	Madrid	1.385	.092	.542	
	Día/s	2.206	.052	.483	
	Personas	.938	.050	.291	
	Huye/n/do	1.576	.032	.559	
	Refugiados	.387	.029	.066	
	Acogida	1.115	.028	.429	
	Atención	1.686	.025	.202	
	Sánchez	1.375	.022	.198	
	Ciudades	.913	.016	.411	
	Campo	.912	.016	.271	
	Familia/s	.954	.013	.420	
	Gobierno	.389	.011	.214	
	Vida/s	.650	.011	.156	
	Servicio/s	1.052	.011	.522	
Llegada	.677	.010	.233		
Policías	.748	.010	.310		

Al igual que en la dimensión 1, en esta segunda dimensión el discurso presentaba unas características muy similares, por lo que se decidió respetar las

categorías previamente establecidas. El reparto de las palabras por partidos políticos en esta segunda dimensión queda recogido en la Tabla 4.

Tabla 4. Estructura del discurso político para la dimensión 2.

	PSOE	UP - Cs
Colectivo	Venezolanos, Migrantes, Menas,	Refugiados
Atributos del colectivo	Millones, Ilegal/es	Personas, huye/n/do, Familia/s, Vida/s
Responsabilidades		Madrid, Sánchez, Gobierno
Remitente	Internacional	Ciudades, Campo, Policías
Actuación institucional	Conferencia, Donantes, JuntosXLosVenezolanos, Solidaridad, Humanitaria	Día/s, Acogida, Atención, Servicio/s, Llegada

En último lugar, a fin de poder representar visualmente el análisis realizado se presenta el siguiente diagrama de dispersión biespacial ilustrado en la Figura 1, en el que se recoge para cada grupo político su vinculación con todas las palabras analizadas.

Tras haber llegado a este punto, se observa que el principal partido político que realiza un discurso más cercano al odio de modo estructurado a través de las redes sociales es el partido político VOX. A fin de profundizar un poco más en la formación, y siendo conscientes de la imposibilidad de analizar el discurso de todos los partidos políticos por las limitaciones de espacio, se selecciona el discurso de este partido por ser el más vinculado con el discurso de odio hacia el colectivo minoritario seleccionado.

Para analizarlo con mayor detalle, se ha realizado un análisis de árbol de palabras, recogido en la Figura 2. Este análisis permite comprender visualmente qué palabras suelen acompañar a «inmigrantes» y «menas» dentro del discurso de este partido político. Se observa que existe una serie de fenómenos, actos y características asociados a los inmigrantes y menas expuestos en un discurso, que como se plantea, podría estar pensado para generar cierta inseguridad en el remitente. Entre las estructuras más destacadas vinculadas a las características o atributos de ambos colectivos minoritarios, se encuentran mensajes destinados tanto a los inmigrantes (p. ej. «Inmigrantes ilegales a nuestras costas», «Inmigrantes ilegales a Canarias», «Inmigrantes ilegales han llegado», «Inmigrantes magrebíes llegados ilegalmente a España», «Inmigrantes delincuentes», «la llegada de inmigrantes»...) como a los menas (p. ej. «menas y los ilegales del PSOE y de Podemos», «menas marroquíes», «menas y los inmigrantes ilegales campan a sus anchas», «los centros de menas»).

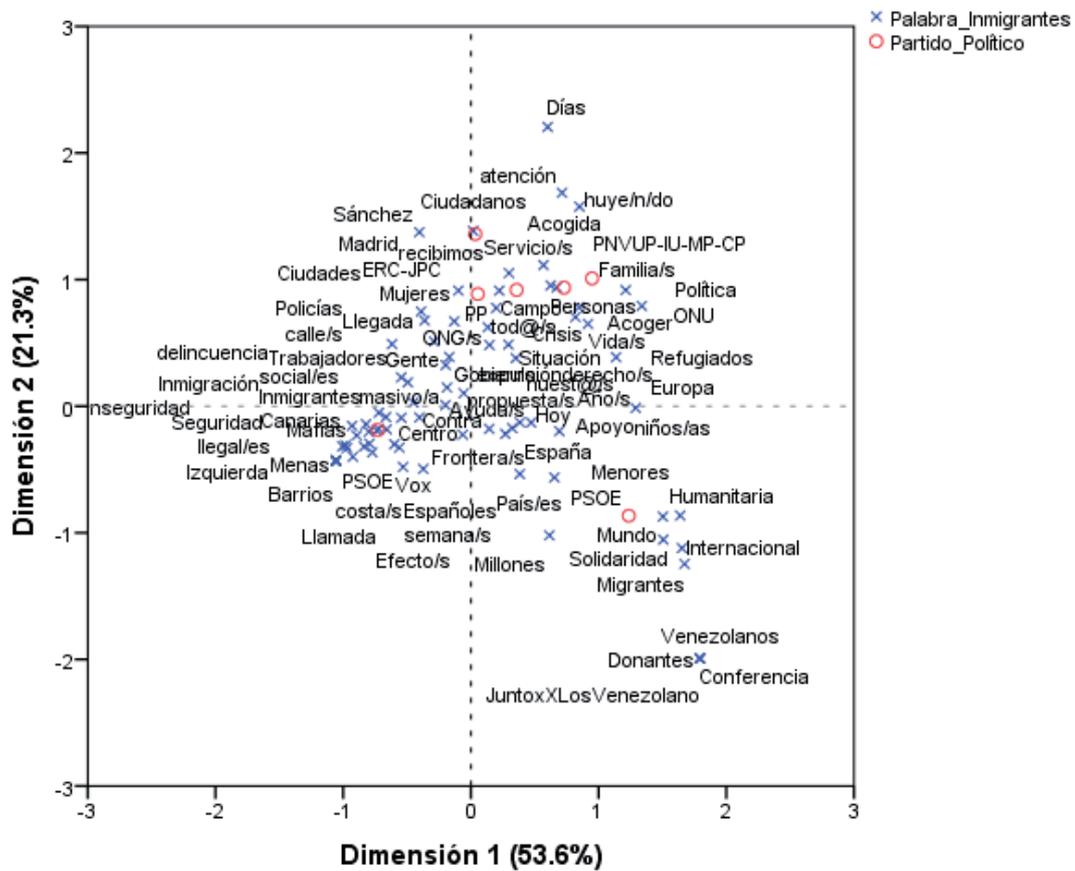
De modo complementario, además de las adjetivaciones peyorativas que se realizan sobre el colectivo minoritario en la mayoría de ocasiones, se aprecia cómo en el discurso se tiende a poner de manifiesto la preocupación que tiene que generar en el remitente sobre el estado crítico del asunto, haciendo ver que son hordas de personas las que llegan («cientos

de miles de inmigrantes», «un grupo de inmigrantes», «En 48 h más de 1000 inmigrantes», «atraer este año a 40.000 inmigrantes», «más de 200 inmigrantes») y que, además, su presencia debe generar desconfianza (p. ej. «lo que está pasando con el centro de menas», «inseguridad generada por la apertura de un centro de menas», «menas y la delincuencia», «menas y la okupación», «menas del PSOE y Podemos revientan a botellazos la cabeza de un hombre», «menas del PSOE y Podemos acosando a españoles», «menas que están causando el terror en el barrio», «españoles que luego tienen que ver cómo sus casas son asaltadas y okupadas por vagos, maleantes y menas que viven de sus impuestos», «menas que ha traído inseguridad y delincuencia a este barrio de madrileños trabajadores», «obligan a las mujeres de los barrios a convivir con menas y okupas»).

Se destaca también una serie de mensajes sobre cómo los responsables de esta situación (Gobierno, progres, izquierda, etc.) tratan con favoritismos a los distintos colectivos minoritarios, mientras tratan de apartar a los españoles («la izquierda protege a sus menas», «paguita clientelar y para menas, 25% para menas e ilegales, 10% para jóvenes en paro», «La izquierda prefiere dar prioridad a menas e ilegales que a los jóvenes españoles en paro», «La izquierda protege a sus menas e ilegales mientras desprecia y abandona a los españoles»).

También, en relación a cómo el discurso de VOX se centra en un nivel micro estatal, se hallan estructuras que enfatizan cómo el colectivo minoritario está llegando a distintos territorios españoles (p. ej. «menas en Madrid», «menas en Cataluña») y las consecuencias que está viviendo la población a un nivel micro (p. ej. «no le interesa que se hable de los problemas que sufren en sus barrios como la inmigración ilegal», «menas y okupas quisieron silenciar a los vecinos hartos»); así como con una serie de estructuras vinculadas con las actuaciones institucionales («la expulsión de los inmigrantes», «el discurso de VOX contra los inmigrantes», «papeles para todos los inmigrantes», «Cerramos el centro de menas», «el cierre de los centros de menas»).

Figura 1. Análisis de correspondencias del discurso político sobre inmigración.



4. DISCUSIÓN

El objetivo del presente trabajo ha sido doble. Por una parte, se ha tratado de caracterizar los discursos que se realizan en torno a la inmigración por parte de los principales representantes políticos de España. Por el otro, se ha intentado evaluar dichos discursos en función del nivel de riesgo en el que incurren de cometer delitos relacionados con el discurso del odio a través de la búsqueda de un patrón común.

Los hallazgos obtenidos tras los análisis del contenido en *Twitter* sustentan varias perspectivas intuitivas prevalentes en la opinión pública y en las piezas de opinión de los grandes medios en España: en relación con la inmigración, el partido VOX mantiene la posición discursiva más agresiva. El resultado emerge de la interpretación del hecho desprendido del análisis de correspondencia, un hecho que ilustra que existen ciertas palabras peyorativas que se vinculan de manera significativa con el discurso de determinados partidos políticos sobre el tema de la inmigración. En

este sentido, partiendo de estas palabras, se aprecia un claro patrón o estructura lingüística que caracteriza a los discursos políticos en redes sociales sobre el colectivo minoritario de inmigrantes. Así es que, independientemente del grupo político de origen y tras analizar las palabras asociadas significativamente con el discurso en redes sociales, se observa (a) cómo los partidos políticos asignan una serie de atributos a los colectivos minoritario; (b) en ciertos casos se señala a los supuestos responsables del fenómeno migratorio que está viviendo España; (c) se establecen en todos los casos a quiénes afecta esta situación, detallando incluso las consecuencias para ellos; y, (d) finalmente, se especifica una serie de actuaciones que desde las instituciones correspondientes deberían ejecutarse para solventar la problemática.

La estructura del discurso encontrada en las formaciones políticas españolas acerca de la inmigración en la red *Twitter* es similar a la propuesta en el *Five Step Social Identity Model of the Development of Collective Hate*

por Reicher *et al.* (2008) y verificada en redes sociales por Pattersson (2019) para el estudio del discurso de odio contra musulmanes. En esta estructura, los autores señalan cómo en los discursos de odio existe un proceso de identificación mediante el que miembros de un colectivo con la misma visión se agrupan y excluyen al grupo minoritario a través de diferentes vías, tales como las redes sociales. Seguidamente, existe un proceso de atribución de características peyorativas hacia dicho grupo minoritario y una atribución de características positivas, socialmente bien vistas, al grupo creado, llegando incluso a verse como héroes (Patterson, 2019). Finalmente, existe un proceso de motivación hacia la erradicación del grupo minoritario como factor necesario para defender el bienestar social. Este es el contexto propicio que partidos políticos de extrema derecha o izquierda —como la formación política VOX con el caso de la inmigración en este estudio— aprovechan para llegar a aquellas personas que están pasando por mayores problemas personales con la promesa populista de garantizar su bienestar y atribuyendo las causas de su malestar o potencial malestar a un colectivo minoritario específico.

Trabajos previos, no necesariamente enfocados desde la perspectiva del representante político, también han encontrado algunas características comunes en los discursos de odio en redes sociales, tales como el anonimato, el enfoque en problemas raciales o de clases o la relación significativa entre adjetivos peyorativos y palabras vinculadas a grupos minoritarios (Mondal *et al.*, 2017), hallazgos que, en parte, también se han encontrado en el presente trabajo.

Los resultados de la presente investigación tienen una serie de implicaciones, tanto metodológicas, como prácticas que deben ser comentadas. En primer lugar, la técnica utilizada —análisis de correspondencia de términos vía *Twitter*— puede tener potencial heurístico para realizar análisis de discursos públicos sobre muy diversos tipos de fenómenos. Por ejemplo, el análisis de discursos en redes de los agentes de radicalización yihadista para captar jóvenes, a fin de generar contra narrativas más poderosas, es un tema de creciente interés en los estudios de seguridad (Sarah *et al.*, 2020).

En segundo lugar, en cuestiones prácticas, las políticas de prevención de la radicalización, de los discursos y delitos del odio podrían beneficiarse de la introducción sistemática de este tipo de análisis en

su monitorización de las tendencias problemáticas, siendo conscientes de que la anticipación puede ser fundamental para que las medidas de seguridad y de prevención de la criminalidad sean efectivas.

En tercer lugar, otra de las implicaciones de este estudio puede ser pedagógica. Las redes ejercen una creciente influencia sobre las personas y se han convertido en una de las fuentes principales de información, así como de socialización (Hajli, 2014). Las políticas educativas pueden considerarse la punta de lanza para abordar el extremismo ideológico, puesto que permiten la transmisión de mensajes sobre la aceptabilidad y la legitimidad de determinados valores, identidades, religiones y visiones del mundo que calen en la escuela y arraiguen en la sociedad en general (Niemi *et al.*, 2018). Además, el espacio escolar puede favorecer las condiciones óptimas para neutralizar y revertir los riesgos de este tipo de discursos de odio en base a un clima sano y favorecedor de narrativas de buena calidad (del Pino & Permisan, 2020). Desmontar este discurso en las redes sociales mediante una construcción de “contradiscursos” o “contranarrativas” es una medida que se puede llevar a cabo desde las instituciones educativas.

El profesorado puede poner en marcha prácticas educativas a fin de deslegitimar discursos racistas y excluyentes mediante el diálogo compartido y una revisión sistemática de las creencias (Izquierdo-Montero & Aguado-Odina, 2020). Para ello, la formación del profesorado se debe abordar desde la complejidad de lo que suponen los delitos de odio y fomentar los debates sobre la responsabilidad, los protagonistas y los argumentos expuestos. Estudios recientes (Arroyo *et al.*, 2018; Castellvi *et al.*, 2022; Castellvi *et al.*, 2022; García-Ruiz *et al.*, 2020; Ortega-Sánchez *et al.*, 2021) concluyen que existe una falta de competencia sobre esta cuestión en el profesorado en formación, algo que se refleja en narrativas simplistas sobre los temas abordados y en estrategias limitadas para utilizar el contradiscurso en la práctica educativa.

El alumnado de los centros educativos debe continuar con su alfabetización mediática (*media literacy*), más en particular, en alfabetización en redes, para identificar el discurso de odio en las redes sociales. El tipo de alfabetización referido aquí no alude a las competencias básicas de uso de redes, sino a la capacidad crítica de discriminar las fuentes fidedignas de las falsas,

de descifrar los valores e intenciones subyacentes a los instrumentos tecnológicos y a los mensajes mediáticos provenientes de las redes, y, por último, de contrastar la información leída con los datos objetivos procedentes de estudios más sólidos, a fin de desenmascarar los mitos que se transmiten como si fueran verdades. Los estudiantes suelen tener un rechazo generalizado a los contenidos racistas y discriminatorios, pero carecen de “contranarrativas” basadas en argumentos fuertes que desmonten los mitos inherentes a los discursos de odio (Massip *et al.*, 2021).

Este desarrollo personal del pensamiento crítico en redes sociales, acompañado de otros factores que en los últimos años la evidencia ha ido constatándolos como efectivos en aras de reducir el ciberodio, como la mediación familiar en el ámbito educativo (Wright *et al.*, 2021), el uso de la gamificación (Lenarčič & Dež, 2021) y de los *Newsgames* (Gómez-García *et al.*, 2021), pueden servir a profesionales del ámbito educativo como una amalgama de medidas pensadas para ser introducidas y desarrolladas en sus prácticas pedagógicas. La principal limitación de este estudio radica en que el comportamiento en redes puede no ser una copia fiel de la perspectiva real de los partidos políticos y de la sociedad. Los procesos de construcción identitaria y de alterización en los contextos digitales difieren de las lógicas que acontecen fuera de las redes sociales (Olmos *et al.*, 2020). Reconocer esa potencial diferencia es fundamental para evitar sacar conclusiones demasiado precipitadas de los resultados obtenidos.

A pesar de esta limitación se espera que en trabajos futuros se pudiese emplear el patrón de análisis aplicado en este estudio para examinar pautas comunicativas acerca de otros muchos temas, como el impacto del discurso político sobre otros colectivos minoritarios. Además, podría resultar interesante analizar la coherencia entre los programas electorales de los partidos sobre ciertas áreas, y la comunicación que hacen en redes sobre las mismas, como por ejemplo sobre la Educación. Otras líneas prometedoras se vinculan con la intervención educativa. La profundización en programas educativos o estrategias pedagógicas que desarrollen y consoliden la alfabetización mediática en redes es un ejemplo claro. Asimismo, la valoración de experiencias con herramientas TIC de empoderamiento del profesorado y del alumnado para crear conciencia sobre el discurso de odio, el comportamiento violento y

sus efectos negativos puede identificar buenas prácticas educativas. Está claro que, aunque en la discusión de este trabajo se han dado unas pinceladas sobre discursos de odio en las redes, es un terreno que aún tiene que ser investigado con mayor profundidad.

Apoyos

Este artículo surge dentro del proyecto de investigación «Prevención de la radicalización violenta en España», LCF/PR/PR13/51080004, financiado por dos años (noviembre 2019-noviembre 2021) por la Fundación la Caixa y la Fundación Caja Navarra, y que desarrolla a través de I-Communitas de la Universidad Pública de Navarra. También se da dentro del proyecto nacional de prueba de concepto *Smart War: viejas guerras, nuevas tecnologías* (PDC2021-121472-I00).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberdi, C. (2019). Discours anti-immigration sur *Twitter*: discours sur l'Autre et discours de haine. *Caietele Echinox*, 36, 133-150. <https://doi.org/10.24193/cechinox.2019.36.11>
- Alcácer Guirao, Rafael (2021). Discurso de odio, derecho penal y libertad de expresión. *Cuestiones de Pluralismo*, 1(2). https://www.observatorioreligion.es/revista/articulo/discurso_de_odio_derecho_penal_y_libertad_de_expresion/index.html
- Allcott, H., Luca, B., Eichmeyer, S. & Gentzkow, M. (2020). The Welfare Effects of Social Media. *American Economic Review*, 110 (3), 629-76. <https://doi.org/10.1257/aer.20190658>
- Alonso-Muñoz, L. (2018). *El discurso populista en Twitter. Un análisis comparado del estilo comunicativo de los actores políticos populistas de España, Italia, Francia y Reino Unido*. (Tesis Doctoral). <https://doi.org/10.6035/14111.2018.369154>
- Arroyo A, Ballbé M, Canals R, Llusà J, López M, Oller M, García C.R., Santisteban A. (2018) El discurso del odio: una investigación en la formación inicial. En López E., García C.R., Sánchez M. (eds) *Buscando formas de enseñar: investigar para innovar en Didáctica de las Ciencias Sociales* (pp. 413-424). Universidad de Valladolid/AUPDCS.
- Badjatiya, P., Gupta, S., Gupta, M., & Vasudeva, V. (2017). Deep Learning for Hate Speech Detection in *Tweets*. Paper presented at the *ACM WWW'17 Companion*, Perle, Australia. <https://doi.org/10.1145/3041021.3054223>
- Barberis, Mauro, (2021). Populismo mediático. Definición, explicación, remedios. *Doxa. Cuadernos de Filosofía del Derecho*, 44, 131-143. <https://doi.org/10.14198/DOXA2021.44.05>
- Ben-David, A., & Matamoros-Fernández, A. (2016). Hate Speech and Covert Discrimination on Social

- Media: Monitoring the Facebook Pages of Extreme-Right Political Parties in Spain. *International Journal of Communication*, 10. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3697>
- Benesch, S., Glavinic, T., Manion, S. & Buerger, C. (2018). *Dangerous Speech: A Practical Guide*. Dangerous Speech Project. <https://dangerousspeech.org/guide/>
- Britannica, The Editors of Encyclopaedia (Dec. 2014). Narodnik. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/event/Narodnik> (acceso el 16 de junio de 2022).
- Casero-Ripollés, A., Feenstra, R. A., & Tormey, S. (2016). Old and New Media Logics in an Electoral Campaign: The Case of Podemos and the Two-Way Street Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 378-397. <https://doi.org/10.1177/1940161216645340>
- Castellvi, J., Sabater, M. M., González-Valencia, G. A., & Santisteban, A. (2022). Future teachers confronting extremism and hate speech [Article]. *Humanities & Social Sciences Communications*, 9(1), 9, Article 201. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01222-4>
- Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociochi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9). e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
- del Pino, M. S., & Permisán, C. G. (2020). Critical Literacy and the Media: Teachers in Training in the Face of Hate Speech. *Investigaciones Sobre Lectura*, 14, 181-196. <https://doi.org/10.37132/isl.v0i14.328>
- Gagliardone, I., Gal, D., Alves, T., & Martínez, G. (2015). *Countering online hate speech*. UNESCO. <https://bit.ly/2QGGlJK>
- García, C. (2020). Las 25 personas más influyentes de España en 2020: todas son mujeres. *Periódico AS*. Recuperado de <https://bit.ly/3aPjmhZ>
- García-Magariño, S. & Sant, L. (2019). Religión y sociedad: movimientos migratorios, integración y cohesión social. *Revista Brasileira de Políticas Públicas e Internacionais*, 4(2), 5-24. <https://doi.org/10.22478/ufpb.2525-5584.2019v4n2.46900>
- García-Magariño, S. (2021). Revisiting Some Assumptions Linked to Integration Policies: Identity and Participation Before the European Refugee Crisis of 2015. *Dilemata*, 35, 17-39.
- García-Ruiz CR, Zorrilla Luque JL (2019) Educar para la ciudadanía frente a discursos de odio desde la prensa digital. Una experiencia en formación inicial del profesorado de educación secundaria. En Hortas M,J., Dias A, De Alba N (Eds), *Enseñar y aprender didáctica de las ciencias sociales: la formación del profesorado desde una perspectiva sociocrítica* (pp. 659-666). AUPDCS – ESE/PL.
- Garriga, A. (2020). Reflexiones sobre el marketing político y el fenómeno de la desinformación en el contexto electoral. *Anuario De Filosofía Del Derecho*, 36, 252-287. <https://doi.org/10.53054/afd.vi36.2381>
- Giglietto, F., & Lee, Y. (2017). A Hashtag Worth a Thousand Words: Discursive Strategies Around #JeNeSuisPasCharlie After the 2015 Charlie Hebdo Shooting. *Social Media + Society*, 3(1), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2056305116686992>
- Gillespie, T. (2017). Governance of and by platforms. En J. Burgess, A. Marwic, & T. Poell (Eds.), *The SAGE Handbook of Social Media* (pp. 1-30). Sage.
- Gómez-García, S., Paz-Rebollo, M. A., & Cabeza-San-Deogracias, J. (2021). Newsgames against hate speech in the refugee crisis. *Revista Comunicar*, 67, 123-133. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-10>
- Gualda, E., & Rebollo, C. (2016). The Refugee Crisis On Twitter: A Diversity Of Discourses At A European Crossroads. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 4(3), 199-212. <https://www.jsod-cieo.net/journal/index.php/jsod/article/view/72>
- Hajli, M. N. (2014). A study of the impact of social media on consumers. *International Journal of Market Research*, 56(3), 387-404. <https://doi.org/10.2501/IJMR-2014-025>
- Hernández Sánchez-Barba, M. (1997). *Historia de Estados Unidos de América. De la República burguesa al Poder presidencial*. Marcial Pons.
- Ibarra, E. (2020). Desinformación, intolerancia y discurso de odio en las redes sociales e internet. In R. García-García, & S. García-Magariño (Eds.), *Libertad de pensamiento, conciencia y religión y radicalización violenta: situación y soluciones* (pp. 69-102). Sindéresis.
- Innerarity, D. (2015). *Política en tiempos de indignación*. Galaxia Gutenberg.
- Izquierdo-Montero, A., & Aguado-Odina, T. (2020). Hate speech: a research to talk about it in educational centres. *Profesorado-Revista De Currículum Y Formación De Profesorado*, 24(3), 175-195. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v24i3.15385>
- Klein, A. (2012). Slipping Racism into the Mainstream: A Theory of Information Laundering. *Communication Theory*, 22(4), 427-448. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2012.01415.x>
- Klein, E. (2020). *Why are we polarized?* Avid Reader Press.
- Lenarčič, B., & Dež, L. (2021). I Am Home, Wherever I May Roam: ICT as a Tool for the (Two-Way) Integration of Migrant Youth in the European Union. En M. Sedmak, F. Hernández-Hernandez, J. M. Sancho-Gil & B. Gornik (Eds.), *Migrant Children's Integration and Education in Europe: Approaches, Methodologies and Policies* (pp. 353-373). Octaedro.
- Levitsky, S., & Ziblatt, D. (2018). *Cómo mueren las democracias*. Ariel.
- López-Ortega, A. I. (2017). Análisis y evolución de los delitos de odio en España (2011-2015). *Revista De Antropología Experimental*, 17, 19-37. <https://doi.org/10.17561/rae.v0i17.3197>
- Manfredi-Sánchez, J., Amado-Suárez, A., & Waisbord, S. (2021). Presidential Twitter in the face of COVID-19: Between populism and pop politics. *Revista Comunicar*, 29(66), 83-94. <https://doi.org/10.3916/C66-2021-07>
- Massip M., García-Ruiz C. R., & González-Monfort N. (2021). Contrariar el odio: Los relatos del odio en los medios digitales y la construcción de discursos alternativos en

- alumnado de Educación Secundaria. *Bellaterra Journal of Teaching & Learning Language & Literature*, 14(2). <https://doi.org/10.5565/rev/jtl3.909>
- Matamoros-Fernández, A. (2017). Platformed racism: the mediation and circulation of an Australian race-based controversy on Twitter, Facebook and YouTube. *Information, Communication & Society*, 20(6), 930-946. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1293130>
- Merrill, S., & Åkerlund, M. (2018). Standing Up for Sweden? The Racist Discourses, Architectures and Affordances of an Anti-Immigration Facebook Group. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(6), 332-353. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy018>
- Miller, L. (2020). Polarización en España: más divididos por ideología e identidad que por políticas públicas. *EsadeEcPol*. <https://bit.ly/3e58kfl>
- Moncloa (24 de enero de 2020). Los 50 políticos más influyentes en España. *Revista Moncloa*. <https://www.moncloa.com/2020/01/24/los-50-politicos-mas-influyentes-en-espana/>
- Mondal, M., Araújo, L., y Benevenuto, F. (2017). A measurement study of Hate Speech in Social Media. En P. Dolog y P. Vojtas (Coords.), *Proceedings of the 28th ACM Conference on Hypertext and Social Media - HT '17* (85-94). Praga, República Checa: ACM. <https://doi.org/10.1145/3078714.3078723>
- Mossie, Z., & Wang, J. (2020). Vulnerable community identification using hate speech detection on social media. *Information Processing & Management*, 57(3), 102087. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2019.102087>
- Niemi, P. M., Benjamin, S., Kuusisto, A., & Gearon, L. (2018). How and Why Education Counters Ideological Extremism in Finland. *Religions*, 9(12), 16, Article 420. <https://doi.org/10.3390/rel9120420>
- Olmos, A., Rubio, M., Lastres, N. & Martín, P. (2020). Jóvenes, redes sociales virtuales y nuevas lógicas de funcionamiento del racismo: Etnografía virtual sobre representaciones y discursos de alteridad e identidad. Centro Reina Sofía Sobre Adolescencia y Juventud, Fad. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3666178>
- Organización para la Seguridad y Cooperación Europea (2003). *Hate Crimes in the OSCE Región: Incidents and Responses*. Polonia, OIDDH. <https://bit.ly/3e37xLB>
- Ortega-Sánchez, D., Blanch, J. P., Quintana, J. I., Cal, E. S. de la, & de la Fuente-Anuncibay, R. (2021). Hate Speech, Emotions, and Gender Identities: A Study of Social Narratives on Twitter with Trainee Teachers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4055. <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph18084055>
- Patterson, K. (2019). *European Journal of Social Psychology*, 49(5), 938-952. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2577>
- Paz, M. A., Montero-Díaz, J., & Moreno-Delgado, A. (2020). Hate Speech: A Systematized Review. *SAGE Open*, 10(4), 2158244020973022. <https://doi.org/10.1177/2158244020973022>
- Reher, D., & Requena, M. (2009). The National Immigrant Survey of Spain. A new data source for migration studies in Europe. *Demographic Research*, 20(12), 253-278. <https://doi.org/10.4054/DemRes.2009.20.12>
- Reicher, S. Haslam, S.A., y Rath, R. (2008). Making a virtue of evil: A five step social identity model of the development of collective hate. *Social and Personality Psychology Compass*, 2(3), 1313-1344. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2008.00113.x>
- Rogers, W., Mackenzie, C., & Dodds, S. (2012). Why bioethics needs a concept of vulnerability. *International Journal of Feminist Approaches to Bioethics*, 5(2), 11-38. <https://doi.org/10.2979/intjfemappbio.5.2.11>
- Saleem, H. M., Dillon, K. P., Benesch, S., & Ruths, D. (2017). A Web of Hate: Tackling Hateful Speech in Online Social Spaces. Paper presented at the 10th Edition of the Language Resources and Evaluation Conference, First Workshop on Text Analytics for Cybersecurity and Online Safety (TA-COS), Portorož (Slovenia). <https://arxiv.org/abs/1709.10159v1>
- Sánchez-Prieto, J. M. (2021). Democracia y creatividad. El nuevo horizonte de la política en el siglo XXI. *Revista Española De Sociología*, 30(1). <https://doi.org/10.22325/fes/res.2021.08>
- Sarah L. Carthy, Colm B. Doody, Katie Cox, Denis O'Hora, Kiran M. Sarma (2020). Counter narratives for the prevention of violent radicalisation: A systematic review of targeted interventions, *Campbell Systematic Reviews*, 16(3), <https://doi.org/10.1002/cl2.1106>
- Vigna, F. D., Cimino, A., Dell'Orletta, F., Petrocchi, M., & Tesconi, M. (2017). Hate Me, Hate Me Not: Hate Speech Detection on Facebook. Paper presented at the Italian Conference on Cybersecurity, Venice. <http://ceur-ws.org/Vol-1816/>
- Wiessner, S. (2009). *Declaración de las naciones unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas United Nations Audiovisual Library of International Law*. <https://bit.ly/2Sh988k>
- Waldrom, J. (2014). *The harm in hate speech*. The MIT Press.
- Williams, M. L., & Burnap, P. (2016). Cyberhate on social media in the aftermath of Woolwich: A Case Study in Computational Criminology and Big Data. *The British Journal of Criminology*, 56(2), 211-238. <https://doi.org/10.1093/bjc/azv059>
- Wright, L., Ruths, D., Dillon, K. P., Saleem, H. M., & Benesch, S. (2017). Vectors for Counterspeech on Twitter. Paper presented at the First Workshop on Abusive Language Online, Vancouver, Canada. <https://doi.org/10.18653/v1/W17-3009>
- Wright, M. F., Wachs, S., y Gámez-Guadix, M. (2021). Jóvenes ante el ciberodio: el rol de la mediación parental y el apoyo familiar. *Comunicar*, 67, 21-33. <https://doi.org/10.3916/C67-2021-02>
- Zapata-Barrero, R., González, E. & Sánchez, E. (2008). *El discurso político en torno a la inmigración en España y en Europa*. Observatorio Permanente de la inmigración. <https://bit.ly/3vpub6O>
- Zugasti, R., & Pérez-González, J. (2016). Los temas de campaña en Twitter de @PPopular y @ahorapodemos para las elecciones europeas de 2014. *adComunica*, 12, 205-224. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2016.12.12>

NOTAS BIOGRÁFICAS

HÉCTOR GALINDO-DOMÍNGUEZ

Doctor en Educación, máster en Innovación e Investigación en Educación, máster en prevención y Tratamiento del acoso escolar, y graduado en Educación Primaria. Actualmente ejerce como profesor ayudante doctor en la Universidad del País Vasco, con acreditación para ser contratado doctor, aunque ha trabajado en diversas universidades españolas a nivel de grado y máster. Sus temas principales de investigación se centran en el desarrollo del pensamiento crítico, el impacto de la investigación en la práctica educativa, el efecto de las nuevas metodologías en los procesos de enseñanza-aprendizaje, y el impacto de las tecnologías en los procesos de aprendizaje.

SERGIO GARCÍA-MAGARIÑO

Sergio García Magariño es doctor en sociología con mención internacional y especialista en educación y desarrollo social. Es profesor de la UPNA, cofundador del Instituto para el Conocimiento, la Gobernanza y el Desarrollo globales (ICGD)

e investigador del *think tank* *Globernance*. Ha sido profesor visitante en la Universidad de Essex (2013), del *University College de Dublín* (2022), de la Universidad Cornell (2022) y de la Universidad Nur de Bolivia (2019, 2021). Su investigación, reflejada en más 70 publicaciones académicas (*sergarcia.es*), aborda la conexión entre la gobernanza, la seguridad y el desarrollo. Es colaborador habitual de medios de comunicación.

DANIEL LOSADA IGLESIAS

Doctor en Psicodidáctica, Licenciado en Psicopedagogía y Maestro en Educación Primaria. Profesor Agregado en el Dpto. de Didáctica y Organización Escolar en la Facultad de Educación, Filosofía y Antropología de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Ha realizado más de media centena de publicaciones científicas sobre temáticas emergentes en Educación. Sus líneas de investigación son la formación del profesorado, la integración de las TIC en contextos socioeducativos y el desarrollo competencial en los procesos de enseñanza-aprendizaje.