



# Discurso & Sociedad

Copyright © 2022  
ISSN 1887-4606  
Vol. 16(1) 115-148  
[www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)

---

*Artículo*

---

## **La animadversión y el odio de Twitter hacia los refugiados<sup>1</sup>**

*Twitter's animosity and hatred towards  
refugees*

*Juan Jesús Sánchez Ortega*  
Universidad de Almería

## Resumen

*Este trabajo pone de manifiesto situaciones particulares dentro de la red social Twitter en las que los refugiados siempre son considerados de un modo negativo. Con este análisis pormenorizado lo que se pretende es demostrar cómo un colectivo tan vulnerable puede recibir comentarios tan extremos —por peyorativos—, llegando en muchos casos a alcanzar la etiqueta de “odio”. La intención última de este trabajo será generar en el lector una súbita reacción que modifique cuestiones de conciencia individuales, así como que esta vaya acompañada de una forzosa necesidad de revertir cuestiones de índole internacional con respecto a los refugiados.*

**Palabras clave:** refugiados, animadversión, odio, Twitter, discriminación, exclusión.

## Abstract

*This work shows particular situations within the social network Twitter in which refugees are always considered in a negative way. With this detailed analysis, what is intended is to demonstrate how a vulnerable group can receive such extreme comments —being pejorative—, in many cases reaching the label of "hatred". The definitive intention of this work will be to generate in reader a sudden reaction that modifies issues of individual conscience, as well as that this is accompanied by a forced need to reverse international issues regarding refugees.*

**Keywords:** refugees, animosity, hatred, Twitter, discrimination, exclusion.

## Introducción

En el año 2021, no se concibe la vida sin todo aquello que rodea Internet, siendo indiferente aquí la edad de su usuario, el motivo que lo lleve a navegar por la red o el lugar desde donde establezca dicha conexión. Un interés, el de estar conectado, el de verse en línea, que lleva al individuo —de un modo directo o indirecto— a adentrarse en el fenómeno *social media*, el cual, según Candale (2017, p. 201), arrastra a la persona a “crear y compartir contenido a través de las múltiples modalidades ofrecidas por el medio virtual”.

Con casi una certeza absoluta, se puede afirmar que Internet debe gran parte de su éxito y/o demanda a la interacción constante que implica entre sus usuarios. A cambio, Internet, por medio de sus múltiples redes sociales, ofrece a sus internautas la posibilidad de sentirse autores de un contenido propio, modulado según su voluntad. Dicha información, a su vez, presenta un carácter de *non finito*, que recuerda a algunas de las grandes creaciones artísticas de Michelangelo. De hecho, Eisenlauer (2013, p. 10) lo valora así: “cada archivo de texto, imagen, audio o vídeo subido a internet puede ser comentado, editado o eliminado casi instantáneamente por otros usuarios”.

En relación con lo expuesto por Eisenlauer, se puede comprobar que no solo es el texto tradicional —ya trascendido— lo que las redes sociales permiten a sus usuarios registrados colgar en la red, sino que se les ofrece algo más novedoso: un *hipertexto* dotado de *multimodalidad*, es decir, que permite alternar en sus apariciones el empleo de textos con el de ficheros de audio y/o vídeo, así como de imágenes. Igualmente, se ha de apuntar que, a todo este caudal de información heterogénea, se le puede sumar el hecho de que en muchas ocasiones estos hipertextos son públicos y pueden acceder a él tanto usuarios que se conocen, como personas que a través de diferentes rastreos de búsquedas han llegado hasta dicho contenido y desean aportar su visión al proceso colaborativo del nuevo texto de la Web 2.0 o “democratización de la web” (Silva *et al.*, 2016). Una cultura digital que, según Marta-Lazo *et al.* (2016, p. 305), mantiene a la sociedad “en una convergencia mediática, un contexto de hipermediaciones en el que la hibridación de contenidos, géneros, discursos, canales y soportes ha instalado a la ciudadanía en una permanente transacción comunicacional”.

En un tiempo histórico en el que leer la prensa parece una actividad decimonónica, en el que los informativos de televisión solo parecen importarles a las personas de avanzada edad, donde la radio solo es sintonizada para escuchar canciones —siempre que en ese momento de la emisión no haya anuncios publicitarios—, Mourão *et al.* (2017, p. 304) consideran que “gran parte de la información y del conocimiento llega hasta el ciudadano a través de los *social*

*media*”, a lo que McQuail (2003, p. 460) añade que es fundamental ahora, por tanto, “la manera como son recogidas y representadas las noticias”. De hecho, esta recepción de los *social media* es lo que Cabecinhas (2009, p. 54) considera como “el producto de una actividad de apropiación de la realidad exterior y, simultáneamente, como proceso de elaboración psicológica y social de la realidad”.

Marta-Lazo (2005) considera como “arcanos del siglo XX” a esos receptores de información, sumisos, que, aún hoy, consideran como válida toda la información que les es transmitida. Lo que se ha de valorar hoy día del conocimiento adquirido es la interacción que se le demanda al espectador, una interconexión o *feed-back* entre emisor-receptor que “supone una superación de la tradicional línea divisoria establecida en el ámbito académico entre conductismo, cognitivismo y constructivismo, donde todo se estructura en nodos”. Con la idea de la reciprocidad como eje axial de la información, Freire (2009) se centra en el diálogo del modelo transparente del que se ha de partir para hacer buen uso de las posibilidades tecnológicas de la comunicación.

### Estado de la cuestión

La pandemia mundial que venimos padeciendo desde hace ya casi dos años ha cambiado muchos aspectos de nuestra vida diaria, si bien, como expone Sánchez (2021), “no ha acabado con los motivos que obligan a algunas personas a abandonar sus países en búsqueda de seguridad y protección”. Es más, la COVID-19 ha agravado esta situación y sirva como ejemplo el informe “Una casa como refugio 2. Retos para la autonomía de las personas solicitantes beneficiarias de protección internacional” de la ONG Provienda, donde se muestra que en España hubo en 2019 un total de un 82,2% de resoluciones de Protección Internacional desfavorables y, en 2020, el resultado fue del 92,2%, es decir, aumentó un 10%.

Tampoco ha mejorado un ápice la llegada de inmigrantes y refugiados a Europa a través del Mediterráneo, con el agravante de que este camino es, según la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), el más peligroso en cuanto a travesía se refiere, y, por ende, el que más mortalidad lleva consigo. Esta elevada mortandad se debe básicamente a la cercanía de los países del sur de Europa con el continente africano y Oriente Medio, siendo Grecia, según los datos que ACNUR (2021) maneja, claramente, el enclave que más migrantes recibe en los últimos años.

Es importante en este momento aclarar dos conceptos que en el lenguaje cotidiano se utilizan a menudo como sinónimos sin serlos: *refugiados* y *migrantes*.

Para los primeros, la Convención de Ginebra sobre el Estatuto de los Refugiados de 1951 indica que

estas personas debido a fundados temores de ser perseguidas por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentren fuera del país de su nacionalidad y no puedan o, a causa de dichos temores, no quieran acogerse a la protección de su país; o que careciendo de nacionalidad y hallándose, a consecuencia de tales acontecimientos fuera del país donde antes tuviera su residencia habitual, no puedan o, a causa de dichos temores, no quieran regresar a él.

Por otro lado, apoyándonos en los presupuestos de Arcila *et al.* (2020, p. 25) y Jiménez-Álvarez *et al.* (2020), los *migrantes* deciden abandonar su país de residencia en pos de una mejora en la calidad de sus vidas, sobre todo en el ámbito social y/o económico. Aclaran, no obstante, que los motivos de salida de los migrantes “pueden resultar igualmente acuciantes, aunque no tengan la condición de refugiados”.

La importancia de dicha distinción estriba, entonces, en la protección internacional urgente, así como en el asilo, que demandan las personas refugiadas. Un amparo y un reasentamiento para el refugiado, considerado como “grupo minoritario” (Pérez y Arias, 2020, p. 529), que en la Unión Europea en 2016 quedó estipulado como algo obligatorio para cada Estado pero cuyo acuerdo dista mucho de cumplirse en tanto que países como Polonia, Hungría, Eslovaquia o República Checa se niegan a la recepción de personas con este estatuto particular (Europa Press, 2017).

La situación recientemente apuntada se ve agravada por el hecho de que, según la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI), desde 2017 hasta nuestros días, han aumentado exponencialmente la xenofobia, el racismo y los discursos intolerantes en la sociedad europea. Una realidad esta que centrará nuestro trabajo y que Rebollo y Gualda (2017, p. 192) vinculan a los ataques terroristas de Bruselas, Niza, Manchester, Londres y Barcelona, y que tanta trascendencia mediática internacional tuvieron. Es más, dichos sucesos fueron rápidamente aprovechados por movimientos nacionalistas para generar en una amplia masa social una mezcla de temor, odio e incertidumbre hacia los inmigrantes (Mansouri, 2017), además de “contribuir a la discriminación ante la (re)producción de la desigualdad ” (van Dijk, 2003).

Dichas políticas antiinmigración y xenófobas suponen una realidad común mundial y, como era imaginable, Internet ofrece múltiples ejemplos de ello, especialmente “a través de estrategias discursivas que sustenten la justificación/legitimación de la inclusión/exclusión y las construcciones de

identidades” (Wodak, 2015a, p. 370). Muller y Schwarz (2018) afirman que “vivimos un auge del odio hacia la otredad en plataformas digitales”, lo que contribuye a un aumento del discurso del odio en redes sociales (Bartlett *et al.*, 2014) y, por ende, al potencial aumento de los ataques a extranjeros.

Queda totalmente confirmado, por tanto, lo que Chauradeau (1997) ya había vaticinado: “El discurso de los medios de comunicación es fundamental para la construcción y difusión de representaciones sobre el mundo, sobre acontecimientos que marcan la sociedad” y que Marqués y Ramos (2020, p. 18) subrayan así: “los medios de comunicación desempeñan un papel social más poderoso que otras instituciones en la programación de la vida social”. Nash (2005, p. 18), por su parte, les brinda a los medios de comunicación “una mayor influencia que a otras instituciones tradicionales, como la familia, el sistema religioso o incluso educativo”.

Según Mourão *et al.* (2020, p. 18), todo lo dicho hasta este momento nos demuestra que Europa está enfrentada y, también, que se enfrenta al mayor fenómeno social de refugiados conocido durante toda su historia. Asimismo, para Pope y Griffith (2016, p. 299), “esta crisis de refugiados ha sido descrita como la peor crisis de refugiados del planeta desde la Segunda Guerra Mundial”. Un crecimiento exponencial de personas refugiadas que demanda con relativa urgencia una política eficaz de reasentamiento y una actitud positiva de las sociedades europeas de acogida hacia las personas desplazadas (Esses *et al.*, 2017). Efectivamente, Cardoso (2015, p. 29) advierte del peligro que se está generando si la población se sigue fragmentando en un *nosotros* —los europeos— y un *los otros* —primero, polizones, luego, migrantes y exiliados, y, finalmente, refugiados—.

Otra cuestión fundamental en este convulso contexto es la percepción que apuntan San Pedro y López (2017, p. 117) que viene dejándose notar desde 2014 tanto en prensa escrita como en televisión, internet y redes sociales, donde se refleja la crisis de los refugiados con un punto de vista muy diferente —siendo de repulsa en frecuentes casos—. Una multiplicidad de pareceres que tiene su cenit, según Nerghes y Lee (2019, p. 275), “a principios de septiembre de 2015, cuando las imágenes del niño ahogado, Aylan Kurdi, aparecieron en las redes sociales [...]. Este evento y su cobertura provocaron una tormenta mediática”. Galikhuzina *et al.* (2016, p. 30) consideran que los medios de comunicación pueden tener una influencia tanto positiva como negativa en los procesos de interacción entre la comunidad de acogida y los migrantes, teniendo, según Álvarez-Gálvez (2014), una relación directa entre la frecuencia y las formas de consumo de los mismos y las actitudes hacia la inmigración.

Toda la teoría expuesta hasta aquí viene a ratificar lo que afirman Aswad y Menezes (2018, p. 253): “La investigación sobre la migración humana es bastante multidisciplinaria y ha producido trabajos en ciencias sociales, física e, incluso, el nuevo campo de la ciencia de la ciudad”.

## Objetivos y metodología

### Objetivos

Desde una perspectiva precisa y concienzuda, el objetivo de la aplicación del análisis de sentimientos a los datos de las redes sociales es advertir de la gravedad de las opiniones de algunos usuarios de Twitter con respecto a un tema en particular (Pope y Griffith, 2016, p. 299). En este trabajo, nuestro deseo principal se centra en la captura, el filtrado y el análisis minucioso de los discursos incriminatorios que se difunden en Twitter en relación con los refugiados con asentamiento en Europa y, por ende, la reacción que genera su llegada entre la sociedad que los recibe.

Específicamente, nos interesa identificar a través del análisis de un conjunto de tuits relacionados con la temática “*refugiados*” en lengua española e inglesa (*refugees*), el sesgo de inapetencia social que su llegada genera en determinados colectivos. Ahora bien, como el inglés es el idioma más utilizado en todo el mundo, la mayoría de los tuits extraídos para nuestra investigación están escritos en este idioma y han tenido que ser traducidos al español. Nguyen *et al.* (2016) y Camacho-Otero *et al.* (2019) indican que el uso del lenguaje de Twitter es importante porque construye identidades sociales, mantiene relaciones sociales e, incluso, define los límites de las comunidades.

### Metodología

A consecuencia de que en Internet la información suele ser volátil y modificable (Candale, 2017, p. 206), los datos sobre los usuarios resultan difíciles de encontrar. Las intervenciones elegidas son tanto de mujeres como de hombres, aunque la variable género no haya representado un factor fundamental en nuestro análisis. Sin embargo, a falta de información sobre la procedencia, el sexo o la edad de los hablantes, hemos clasificado y seleccionado el tuit siempre que se denote una postura contraria del emisor hacia el colectivo refugiado.

La investigación que pretendemos realizar tiene un alcance descriptivo y de correlación, y será de índole cualitativa y no cuantitativa, en tanto que no hay un límite cerrado definido de tuits (no obstante, hemos de mencionar que hasta casi cinco mil fueron los tuits enjuiciados). De hecho, cada tuit conformará una unidad

de análisis, incluyendo en ella el valor que incorporan los posibles *hashtags* agregados al mensaje. Lo que se pretende alcanzar aquí es la máxima de calidad de Grice, aquella que busca, ante todo, verificar que una persona firma lo expuesto y que su mensaje ha tenido un hondo y significativo calado en la sociedad —ello lo hemos constatado a partir de un número notable de interacciones por parte de los receptores, bien mediante “me gusta” o mediante retuits.

El proceso seguido para la obtención de datos y análisis que dan lugar a este trabajo de investigación se llevó a cabo exclusivamente a partir de Twitter. Schmittel y Sanderson (2014) afirman que “Twitter es una plataforma donde hay discusiones significativas sobre temas culturales, en general”. A partir de las cadenas de búsqueda “*refugiados*” o “*refugees*” se extrajo la información más relevante de Twitter correspondiente a dieciocho meses completos (desde enero de 2020 hasta finales de junio de 2021). Durante ese período se realizaron escaneos semanales de tuits —también retuits— con las cadenas de búsqueda citadas arriba, un proceso conocido como “aprendizaje automático supervisado”. Este método de investigación en línea tiene como propósito adquirir un conocimiento profundo de los consumidores que interactúan en entornos digitales (Pérez y Arias, 2020, p. 531). Para la extracción de datos se empleó el software NodeXL asociado a Microsoft Excel, el cual fue de gran utilidad para descartar aquellos tweets no relacionados con el objeto de estudio o carentes de carga semántica.

Como paso previo al análisis, se aplicaron diferentes estrategias para el filtrado, la transformación y la codificación de datos, enfocando este proceso en la identificación de discursos de odio y sus conexiones con un contexto europeo como marco de referencia. La clasificación manual de los tuits siguió unos parámetros predefinidos en función de la postura mostrada hacia el colectivo refugiado: cooperación, compasión, tolerancia, neutralidad, pasotismo, rechazo u odio. Además, también se analizaron las causas por las que este colectivo es tan duramente enjuiciado por los miembros del país receptor y se han destacado los siguientes indicadores: carga económica, amenaza a la seguridad, pérdida de la identidad cultural, sentimiento de invasión y prejuicio social.

El trabajo realizado, que incorpora elementos propios del análisis de contenido y del análisis del discurso y que tiene como una de sus fuentes principales el estudio de Rebollo y Gualda (2017), ha tenido como objetivo mejorar nuestro conocimiento sobre lo que es divulgado públicamente respecto a los refugiados a través de este medio social. También, creemos que este tipo de análisis, de acuerdo con las tesis de Kalyanam (2016), es muy útil para entender el pensamiento de una parte de la sociedad en referencia a un tema muy complejo

y para actuar como una herramienta predictora de futuros comportamientos. Han sido, también, pertinentes a la hora de la elaboración de muchos de nuestros análisis, por un lado, las líneas de investigación de interlengua, análisis contrastivos y aplicación de la lingüística cognitiva del Proyecto EMILIA y los grupos de investigación INMIGRA I+D de la Comunidad de Madrid, y el Equipo de Investigación Sociedades en Movimiento (ESOMI), con especial atención en sus líneas de estudio de “Políticas migratorias”, encabezada por Jiménez-Álvarez y Varela, y “Asilo, refugio y fronteras”, por Espiñeira, por otro lado.

### **El alcance potencial de Twitter**

Las redes sociales están cambiando el mundo y ese dato es irrefutable. La velocidad de propagación de los materiales de internet son el mejor ejemplo de la evolución de la sociedad actual. Según Candale (2017, p. 204), “a diferencia de los textos tradicionales, los textos producidos en el ámbito virtual son mucho más mudables y dinámicos y la información es mucho más volátil”, generando lo que habitualmente se conoce como “comunicación mediada por ordenador”.

Pero ¿qué es Twitter? Twitter Inc. indica que el servicio que brindan a los usuarios es una conexión y comunicación instantánea con personas de todo el mundo. Cualquier usuario registrado en Twitter puede enviar un tuit, que es público, de forma predeterminada, y puede incluir otros contenidos como fotos, vídeos o enlaces a otros sitios web. Básicamente, Twitter es un servicio de mensajería que forma parte de la categoría de los microblogs y su principal valor intrínseco es que combina características de los blogs con propiedades de otras redes sociales como Facebook. Hanley *et al.* (2018) afirman que Twitter, como toda red social, “facilita una conexión positiva o negativa entre personas con características similares o diferentes”, mientras que del Fresno *et al.* (2015, p. 57) consideran que Twitter es

en la actualidad el medio social más rápido, simple y económico por donde circula todo tipo de informaciones, noticias, ideas, eventos, rumores, materiales multimedia, etc., emitido desde cualquier medio profesional u otros medios sociales en tiempo real.

Kreis (2017, p. 499) destaca que

las ventajas tecnológicas de los servicios de (micro)blogging permiten a los usuarios entablar un diálogo con los lectores de sus publicaciones, tuits u otras contribuciones en línea dirigiéndose a ellos directamente, por ejemplo, con pronombres en segunda persona y nombres de usuario hipervinculados.

En Twitter, según Alcina *et al.* (2020, p. 23), hallamos una red social que, aunque no es una plataforma representativa mundial, su fácil viralización de contenidos, su popularidad, su inmediatez, su registro abierto de sentimientos y opiniones sin las barreras que a menudo están presentes en espacios *offline*, propician un análisis interesante y una monitorización certera y verídica. Twitter es una herramienta de comunicación gratuita y en tiempo real que se puede utilizar para análisis externos (Gonzalez-Bengoechea *et al.*, 2019). Sin embargo, no se debe obviar un concepto muy en boga: las *fake news*. Este contenido, que rápidamente se propaga por toda la comunidad virtual, según Peirano (2019, p. 48), tiene como garantía el hecho de que “la ficción es más lucrativa que las noticias reales, porque genera emociones. Las ‘noticias falsas’ están diseñadas para indignar”.

Cuando un usuario utiliza Twitter lo que pretende no es formar parte de un grupo de personas, sino que su objetivo es diseminar información e ideas sobre temas que son de su interés. Strand (2019) cree que el propósito de Twitter es “difundir información y noticias relevantes para otras comunidades en línea”. Además, según O’Reilly y Milstein (2012, p. 21), “es el sitio clave de debates sobre temas de actualidad, editorializando sobre enlaces que la gente distribuye con protestas hacia los medios de comunicación y el comportamiento corporativo de los gobiernos”. Este filtrado de información el usuario puede realizarlo desde un “perfil privado”, el cual le permite crear una lista de perfiles a los que desea seguir y, a su vez, ser seguido por otras personas (“*followers*”).

Sin perder su esencia original (mensajes de hasta ciento cuarenta caracteres en sus orígenes), Twitter permite ahora escribir comentarios más largos, pero dentro de un margen de brevedad y concisión. Según Farzindar e Inkpen (2015, p. 32), este sentido de mensaje reducido ha generado un lenguaje peculiar y propio de esta red social, marcado por “el uso frecuente de palabras informales, irregulares y abreviadas (en evolución dinámica), el gran número de errores ortográficos y gramaticales, el uso de una estructura de oraciones inadecuada y lenguajes mixtos”. Squires (2016) expuso que, a pesar de que Twitter tiene un límite de recuento de caracteres, muchos usuarios usan características multimodales y recursos semióticos en sus tuits.

Un lenguaje abreviado que conecta perfectamente con el grupo social que más y mejor maneja los modos virtuales de comunicación: los jóvenes. Marcelino (2015, p. 6) muestra una estadística donde se observa que los usuarios con redes sociales de entre 16 y 24 años alcanzan el 98,5%, mientras que los usuarios de entre 25 y 34 años, el 95,4%. Según Barrio y Ruiz (2014, p. 573), este altísimo porcentaje de uso de las redes sociales entre los jóvenes está propiciado porque en ellas ven una opción de crear una identidad virtual idílica, siendo esto un atractivo

notable para alguien que está en pleno proceso de formación de su personalidad. Öztürk y Ayvaz (2018, p. 137) consideran que “los usuarios en las redes sociales crean perfiles como una proyección de sus vidas y, a menudo, comparten abiertamente información personal sobre ellos”. Además, las redes sociales parecen crear una compañía sempiterna en el individuo, sin las exigencias de la amistad presencial.

Estos datos públicos de cada usuario, según Pang y Lee (2008), son un material muy provechoso para

muchas empresas que han comenzado a analizar la información de los usuarios en las redes sociales para llegar a sus clientes y realizar estudios de investigación de mercado con las opiniones de estos. Además, las redes sociales han atraído muchos estudios de investigación de diferentes disciplinas, desde la sociología, la psicología, el marketing y la comunicación, hasta alcanzar a las ciencias computacionales.

Es indudable que Twitter es un foco de estudio clave de nuestro tiempo y así lo demuestran los 340 millones de usuarios activos de Twitter (Crua, 2020): “los usuarios publican un promedio de 500 millones de tuits diarios” (Crannell *et al.*, 2016) y “el 80% de esos tuits son enviados desde un dispositivo móvil” (Carley *et al.*, 2016). También cabe reseñar que el número de usuarios activos de Twitter supera el 22% de los internautas en el mundo (Kayser y Bierwisch, 2016). Esto significa que más de 342 millones de personas usan activamente Twitter. Estas estadísticas vienen a reflejar el alcance global de Twitter y su impacto potencial.

Otro elemento fundamental que explica el éxito de Twitter es el empleo del *hashtag*, del que O’Reilly y Milstein (2012, p. 53) afirman que

debido a que no hay forma en Twitter de categorizar un mensaje o decir: ‘Todos los mensajes son sobre la misma cosa’, los usuarios de esta red social crearon una solución a modo de anuncio: cuando alguien quiere designar mensajes relacionados y que sea visible a corto plazo, lo prefija con el símbolo #.

Zappavigna (2012, p. 1) señala que

este tipo de etiquetado del discurso supone, por un lado, el comienzo de la charla que se pretende buscar y, por otro, un cambio en las relaciones sociales mediante el cual marcamos nuestro discurso para que este pueda ser encontrado por otros. De esta manera, en efecto, podemos establecer un vínculo en torno a valores particulares.

A diferencia de otras redes sociales, en Twitter no hay expectativa de turno de palabra (Zappavigna, 2011, p. 790) y, por lo tanto, el tuit posterior con un *hashtag* en particular puede no estar directamente conectado al tuit anterior, pero sí que

puede, perfectamente, referirse al mismo contexto o apuntar a opiniones, creencias o actitudes similares. Además, los usuarios, a menudo, interactúan con otros internautas respondiendo directamente al tuit de alguien o retuiteándolos (Kreis, 2017, p. 500).

En sus estudios de Twitter, Evans (2016, p. 5) menciona que los usuarios “utilizan *hashtags* como si dialogaran con el contenido de su propio tuit; esto permite que se lleve a cabo un acto de partida inicial”. Se podría decir que el *hashtag* condiciona el contenido de la oración y fija la vista del lector del tuit en él, guiándolo hacia un motivo temático concreto. Los *hashtags* pueden ser temáticos o evaluadores —los temas políticos son los más comunes en Twitter— y, también, actúan como recursos ideológicos para indicar identidad, creencias y pertenencia a grupos. (Zappavigna, 2011 y 2012).

Castells (2012) ve en las redes sociales —en Twitter más que en el resto— “muchas posibilidades de transformación política y social”, en cuanto que proporcionan un amplio acceso a fuentes de información ajenas al control de los gobiernos y las grandes corporaciones por lo que “constituyen un espacio inmejorable para la deliberación y el intercambio de ideas” (Sánchez, 2020, p. 5). Morozov (2012) advierte de que no siempre lo que está en una web o en una plataforma virtual conduce al respeto universal de los derechos humanos. Toffler (1980) destaca que los medios digitales le permiten a sus usuarios ser prosumidores o perceptores participantes, entendiendo este rol como el que corresponde a un sujeto social, quien, para Marta-Lazo (2008, p. 22), “se apropia de los significados para llegar a reinterpretarlos tras un proceso de intercambio de ideas”. Segerberg y Bennett (2011, p. 198) indicaron que el entorno virtual es un espacio “donde se producen intercambios de conceptos e ideas basadas en diferentes temas, como las protestas sociales”. Dichos autores destacaron que Twitter es la red social que mayor número de eventos de este tipo desencadena.

### **La relación entre Twitter y los refugiados**

Rebollo y Gualda (2017, p. 195) consideran que rara vez los mensajes de Twitter son neutros y, menos aún, vinculados a la temática de los refugiados. Es más, tales tuits conllevan una llamada a la acción y a la reivindicación en cuanto al cumplimiento de los derechos de asilo y a una solución urgente que acabe con la dramática situación que están viviendo las personas refugiadas. Una respuesta conjunta internacional que sí se produjo entre los usuarios de Twitter con el fallecimiento de Aylan Kurdi, el 4 de septiembre de 2015 (Nerghes y Lee, 2018,

p. 272), fue algo, *ipso facto*, muy emotivo, pero cuyo efecto y repercusión no se extendió en el tiempo. De hecho, Gualda y Rebollo (2016, p. 207) constatan que

encontramos miles de tuits referidos a niños (*enfant, children, kinder, etc.*) y, también, muchas muestras de preocupación relacionadas con menores con casos similares al de Kurdi. De alguna manera, todos ellos tienen que ver con su vulnerabilidad.

Señala Alba (2016, p. 60) que una de las consecuencias de la crisis de los refugiados, “resultado de nuestra política interior, es que ha hecho olvidar o naturalizar la situación de Europa en las últimas décadas”. Así, añade el autor que ha cundido entre los ciudadanos europeos un pasotismo generalizado que oculta “el genocidio estructural en nuestras fronteras” y un olvido premeditado del “derecho universal al movimiento en un marco global”.

Kreis (2017, p. 499) expone en su análisis que

la historia y la cantidad de tuits antiextranjeros, antiinmigrantes y antirrefugiados, aún más visibles a partir del desarrollo de la crisis de refugiados en Europa, requieren de una gran investigación acerca de cómo los usuarios de las redes sociales expresan sus opiniones políticas en plataformas como Twitter.

La intención de este apartado es demostrar con suficientes pruebas —rescatadas de Twitter en nuestro caso— cómo la crisis de los refugiados para algunos supone una cuestión sin trascendencia, para otros es un telón de fondo con el que lucrarse de una situación eventual, para muchos es el pretexto perfecto para hacer resonar un fuerte discurso de odio hacia el extranjero y para unos pocos se trata de una situación extremadamente grave que demanda unos cambios sociales y cívicos urgentes con los que intentar combatir el sufrimiento de numerosas personas.

### **La crisis de los refugiados: una cuestión sin aparente trascendencia**

Según Gualda y Rebollo (2016, p. 199), en la última década, la Unión Europea ha aprobado y puesto en marcha medidas para promover las Ciudades Interculturales, la Diversidad y la Integración de los Inmigrantes en Europa. No obstante, a pesar de este marco europeo, según Espiñeira (2020), ahora nos encontramos en una encrucijada entre la solidaridad y la humanidad, en un extremo, y, en el otro, una importante restricción de los derechos humanos de los refugiados en toda Europa. Una situación que los gobernantes de cada nación saben que está ahí, latente, pero que por su inacción parece que no es algo trascendente y que, por consecuencia, no requiere medidas urgentes puesto que, quizá, cambie para mejor en cualquier momento.

Frente a esta situación, Gómez *et al.* (2021, p. 2), reclaman también a los medios de comunicación y a las redes sociales que se involucren en la desactivación de los contenidos racistas y que informen a los ciudadanos para evitar las *fake news* y la difusión de una propaganda xenófoba (Ibrahim, 2019). Sin embargo, la reacción de ambos no ha sido suficientemente eficaz hasta el momento. Todo lo contrario; en ocasiones, han contribuido a la reproducción inconsciente de este tipo de mensajes (Martínez, 2018), incluso a su amplificación (Niñoles y Ortega, 2020).

Siapera *et al.* (2018, p. 1) consideran que la recepción y la acogida de refugiados de Oriente Medio y África plantean importantes cuestiones políticas para Europa y el mundo, en general. Tan grave es la situación que las tragedias producidas en el Mediterráneo llevaron a Angela Merkel a dar la bienvenida pública a los refugiados en Alemania y a pedir a otros gobiernos europeos que hicieran lo mismo. En una declaración histórica, dijo: “Si Europa fracasa en la cuestión de los refugiados, entonces no será la Europa que deseábamos” (Ridley, 2015). Sin embargo, en lugar de que Europa asumiera sus responsabilidades hacia los refugiados, los gobiernos europeos comenzaron a enzarzarse en disputas por el número de refugiados que debería acoger cada nación y a prevaricar acerca de la asunción de cuotas asignadas a dicho fin por parte de la Unión Europea.

### **La crisis de los refugiados: el pretexto para unos fines**

De acuerdo con Inetweb (2020), a pesar del acuerdo de 2016 por el que la Unión Europea le transfirió a Ankara (capital de Turquía) 6.000 millones de euros para que protegiera y diese amparo a miles de refugiados, en los primeros días de marzo de 2020, el país otomano incumplió lo pactado con Bruselas puesto que permitió *motu proprio* el paso indiscriminado de refugiados de su territorio hasta Grecia, país con el que hace frontera. El motivo de su actuación estaba claro: presionar a Europa exigiendo más dinero por este cuidado de personas, así como exigirle una mayor implicación y apoyo en la guerra de Siria. Era, por lo tanto, un chantaje encubierto que desvestía la cooperación ciudadana universal por un claro rechazo hacia el colectivo refugiado.

Europa, sin embargo, a través de su presidenta de la Comisión, Ursula von der Leyen, censuraría tal actuación y los veintisiete países soberanos que la componen apoyaron a Grecia sin discusión, sobre todo, cuando era algo fehaciente el que estaba en juego la vida de miles de refugiados, familias e incluso niños.



**Imagen 1.** [Migrantes caminan hacia Grecia a través de la frontera entre Turquía y Grecia, cerca de Pazarkule, en el distrito de Edirne, el 1 de marzo de 2020. Nuestra traducción].

### La crisis de los refugiados: el discurso de odio y la animadversión

Desgraciadamente, este es el discurso más habitual en la red y, por tanto, el que más rastro deja en Twitter en relación con sus interacciones. Así, cuando nos referimos a *hate speech* (discurso de odio) hemos de advertir que este adopta una gran heterogeneidad de formas, yendo desde el mensaje más xenófobo, inhumano y racista que se pueda imaginar, hasta un sentido de odio hacia el extranjero tan sibilino que parece que con su mensaje es el refugiado el que se beneficia de la situación, pasando por la supuesta invasión y amenaza que supone la entrada de refugiados en el país que los acoge. Así, entenderemos por *hate speech* cualquier expresión pública de contenidos despectivos, humillantes y ofensivos hacia una persona por formar parte de un grupo vulnerable, caracterizado por la raza, color, religión, género o grupo étnico, entre otros aspectos (Paz *et al.*, 2020). El temor a los otros, empujado habitualmente por recursos emocionales (Ekman, 2019), se usa como un catalizador de los planteamientos y lógicas culturales del “nuevo racismo” (Cisneros y Nakayama, 2015). De hecho, tanto van Dijk (2011) como Wodak (2015a), se centran en el contexto europeo y, con un enfoque de discurso

crítico, intentan advertir sobre el actual discurso xenófobo y racista en línea en Europa con respecto a los inmigrantes y los refugiados.

Como prueba de esta teoría, hemos rescatado una serie de situaciones acaecidas en diversos puntos geográficos de Europa, todas diferentes entre sí y ordenadas cronológicamente de más lejanas a más cercanas en el tiempo. Todas ellas tienen un axis común: la animadversión absoluta hacia el refugiado y, según Arcila *et al.* (2020, p. 24), “el público receptor altamente estereotipado y vulnerable”. Además, en muchas de ellas observaremos *hashtags*, expresiones irónicas y metáforas que incitarán al autóctono, supuestamente, a defenderse de esta realidad con vallas, muros y fortalecimiento de fronteras.

Si anteriormente fue nombrada la frontera turco-helena como paso habitual de refugiados de un continente a otro, existen gobiernos europeos que se muestran en las antípodas en cuanto a un posible plan de acogida se refiere. Tan distanciada es su postura que incluso han cerrado sus fronteras a los migrantes. Nos referimos aquí a varios países de los Balcanes (Macedonia o Bulgaria) o del centro de Europa (Hungría o Austria). Un cerrazón internacional que en Italia promulgó Matteo Salvini mientras estuvo en el poder entre junio de 2018 y septiembre de 2019. Esta mentalidad de desapego por el ser humano ha tenido tanto calado que, mientras que en varias islas del mar Egeo —sobre todo en Lesbos, en el campo de Moria— viven hacinados en campos de refugiados casi 50.000 migrantes esperando que su solicitud de asilo sea autorizada (Junior Report, febrero de 2020), varias potencias europeas se jactan de la seguridad de sus territorios y de los bajos índices de desempleo; unas estadísticas falseadas cuyo único objetivo es dejar en mal lugar al migrante y culpabilizarlo de los problemas de la sociedad. No podemos olvidar que, tal y como señalan Fernández e Hidalgo (2017, p. 222), Europa en general “está quebrantando uno de sus principios fundamentales, que es el de solidaridad, negándose a acoger a estos refugiados [...], dejándolos desamparados y con un incierto porvenir”.

No obstante, cabe precisar que actualmente tampoco en Lesbos la situación es halagüeña para los refugiados, pues el gobierno conservador griego ha reducido el volumen de ayudas a los migrantes alegando que la crisis financiera que sufre el país es un problema mayor que el sufrimiento de “algunos refugiados”.

Cero cooperación y compasión con los refugiados es lo que se extrae de su mensaje, el cual, por si fuera poco, se ve refrendado por cuentas como la de @FrankJack90, que se ceban con dicho colectivo mostrando con sorna una evacuación que, en absoluto, desean que se produzca.



**Imagen 2.** [Yeah, evacúadlos... a África quizá a bordo de tu barco “pirata” Aquarius (2). Nuestra traducción].

Por otro lado, Twitter se ha visto obligado a limitar la cuenta del secretario de comunicaciones del partido político español Vox en Andalucía por su hostigamiento hacia los refugiados y la cuantía de subvenciones que reciben. Rubén Pulido denunciaría el 24 de noviembre de 2020 que la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR) se lucró de más de 250 millones de euros entre 2015 y 2018. Tras ver publicados mensajes tan incriminatorios y privados, Alfás (2020) afirma que la red social que dirige Jack Dorsey decidió prohibir la publicación de más tuits desde dicha cuenta. Acto seguido, la diputada del partido de extrema derecha, Rocío de Meer, respaldó en su cuenta de Twitter el mensaje de su secretario e insistió en que “alguien no quiere que sepas que CEAR ha recibido más de 250 millones en subvenciones públicas porque es información privada”. Unos mensajes que fueron caldo de cultivo a respuestas tales como la de la cuenta @Normamontesino: “*EL DINERO PÚBLICO NO ES*

*INFORMACIÓN PRIVADA QUE SE SEPA. CEAR ha recibido más de 250 millones en subvenciones públicas, mientras crecen en España las colas del HAMBRE #Vox #Twitter #Cadavezpeor #TeamFacha*”, donde se fomenta el odio a los refugiados nombrando a la carestía que sufren muchos españoles y cuya situación solo parece que puede ser revertida con el apoyo de un #TeamFacha en alusión a la unión de todos los fascistas del país dispuestos a combatir lo que ven como un mal endémico.



Imagen 3



Imagen 4

La última medida adoptada por el ministro de inmigración de Dinamarca, Mattias Tesfaye, uno de los cabecillas del Partido Socialdemócrata, ha sido la de “advertir” a los refugiados sirios que han de dejar el país, puesto que su permiso de residencia en Europa ha caducado, al ser Damasco ya un lugar seguro para vivir. De este modo, Duchamps (2021) explica cómo, desde el inicio del mes de marzo, noventa y cuatro personas han sido empujadas a dejar Dinamarca al tiempo que este país ha anunciado por boca de su primera ministra, Mette Frederiksen, que de ahora en adelante habrá asilo cero para quienes soliciten el permiso de residencia en su territorio. Un ejemplo de discurso de odio encubierto.



**Imagen 5.** [DT Hoy. DINAMARCA ha desprovisto a más de cien refugiados sirios de sus permisos de residencia después de que decidieran que Damasco y algunas regiones son lugares seguros a los que pueden volver. Mattias Tesfaye, su ministro de inmigración, ha insistido en el último mes que Dinamarca había sido ‘abierta y honesta desde el principio’. Nuestra traducción].

En el primer caso analizado, se registraba cómo algunas potencias culpabilizaban a los migrantes de sus problemas sociales y asociaban su libertad, tranquilidad y bienestar a su ausencia en las fronteras. Ahora queremos exponer dicha situación vista desde los ojos de un ciudadano (@rubnpulido) a cuyo país acuden refugiados y los prejuicios que dicha estancia, en sus palabras, causa a los autóctonos del país (Rebollo y Gualda, 2017, p. 200). El discurso clásico anti-inmigración y de odio es tan palpable que se achaca que personas españolas a duras penas luchan por sobrevivir con una ayuda económica estatal mínima y con una familia e hijos a los que mantener, mientras que alguien que llegó ilegalmente de Argelia a España, fue tutelado y mantenido desde que hubo constancia de su presencia hasta la actualidad, marzo de 2021. Un alegato en pro de los nativos del lugar y en contra del extranjero que sobrecarga los recursos nacionales que, rápidamente, tuvo respuesta de usuarios de Twitter como @Rocker80spain, quien, con tono irónico, expone que la mejor posición estatal es alcanzar el estatus de refugiado. Además, conviene también analizar el contenido visual del tuit, puesto que mientras que Sarai Delgado (imagen de la izquierda) muestra un rostro de preocupación y condolencia, su pelo es el habitual de estar por casa y lleva puesta una camiseta básica, Zino Meflah (imagen de la derecha) posa ante la cámara con una sonrisa, con su pelo atusado a la moda de los chicos jóvenes, con el mar de fondo y con una camiseta de marca. Todas estas diferencias no son azarosas, sino que su intención es premeditada y el autor, con su exposición, solo busca acrecentar el odio hacia él y la compasión hacia ella.



Imagen 6

Con un cierto tono neutro y conciliador, el Defensor del Pueblo del Gobierno español, Francisco Fernández Marugán, ha querido en su informe del 3 de marzo de 2021, “La inmigración en Canarias”, modificar la política consular en cuanto a recepción de marroquíes indocumentados se refiere. Su teórica intención es “limitar” la inmigración ilegal —incluyendo aquí en ella a los refugiados— y, a cambio, ofrecer a estudiantes marroquíes que vengan a España con visados de búsqueda de empleo. Una contraprestación expuesta ante las Cortes Generales a medio camino entre lo que la Unión Europea le demanda a sus países miembros y las potencias que se niegan a recibir extranjeros en sus territorios. Según los análisis de Alías (2021), son 700.000 los marroquíes afincados legalmente en España, mientras que se calcula que la cuarta parte de estas personas puede estar diseminada por todo el territorio español de manera ilegal. Este desamparo y su consecuente falta de regulación de los flujos migratorios es el motivo que debería preocupar a los gobernantes locales y no el hecho de escoger solo a estudiantes marroquíes para que habiten el país, generando una especie de “migración aceptada según el *statu quo*” del individuo.



Imagen 7

## Conclusiones

La situación dramática de las personas refugiadas no debería dejar indiferente a la ciudadanía, ya que pone de manifiesto el gran reto mundial que se nos presenta: combatir la violencia racista y el discurso de odio, asegurar el cumplimiento de los derechos humanos y poner en práctica estrategias eficaces para la integración de este colectivo (Rebollo y Gualda, 2017, p. 202). Asimismo, este trabajo, en sintonía con Nerghes y Lee (2018, p. 279), tiene como objetivo denunciar las situaciones de antipatía y rechazo que cruelmente padecen muchas de las personas desplazadas.

Si las redes sociales se han convertido en parte esencial de la rutina diaria de las personas de nuestro tiempo (Öztürk y Ayvaz, 2017, p. 136), en el caso concreto de Twitter, hemos podido comprobar que se trata de una herramienta idónea para seguir importantes acontecimientos sociales y políticos a tiempo real y para establecer un “canal de comunicación interpersonal donde opinar, discutir, denunciar, interactuar y compartir con el resto de usuarios estos sucesos” (Gualda y Rebollo, 2016, p. 200). Además, según Siapera *et al.* (2018, p. 2), “todos estos mensajes son emitidos desde una posición política específica”.

La popularidad de un usuario y la influencia de un tuit (a través del retuit) parecen caracterizarse más por el uso de *hashtags* que tienen relación directa con los refugiados. De hecho, Nerghes y Lee (2018, p. 279) afirman que los usuarios de Twitter vienen prestando más atención a la etiqueta de “la crisis de los refugiados” que a la “perspectiva migrante”, es decir, que aquello que tenga posibles tintes negativos prevalecerá sobre lo positivo (Papacharissi, 2015).

Nuestro análisis de Twitter ha demostrado una presencia predominante de tuits de repulsa hacia los refugiados —sobre todo, en países de Europa central como Alemania— y bajo el amparo del anonimato de sus cuentas de usuarios. Asimismo, ha quedado constancia de la enorme variación de expresiones de rechazo en Twitter en función de los últimos fenómenos mediáticos (Arcila *et al.*, 2020, p. 35). Unas actitudes racistas o xenófobas que, a menudo, son manifestadas a través de discursos de odio, especialmente cuando se amparan en discursos oficiales (Crandall *et al.*, 2018) que desencadenan crímenes de odio (Muller y Schwartz, 2018, p. 24). Estas invectivas por Twitter suelen tener una relación directa con el islam, “con frecuencia, se asocia religión a terrorismo [...]. Este particular comportamiento en Twitter es un claro reflejo de lo que está ocurriendo en la sociedad actual” (Gualda y Rebollo, 2016, p. 210). Esta realidad es cada día más preocupante, sobre todo, cuando, según Jubany y Roiha (2016), en toda Europa se está produciendo una gran proliferación de mensajes extremistas con preocupantes picos de odio islamófobo.

Este estudio de Twitter ha contado con una muestra limitada de tuits en función de unos márgenes temporales concretos —desde enero de 2020 hasta mediados de 2021— y una situación geográfica específica relacionada con el continente europeo y el sesgo de animadversión y odio en él rastreable. Este análisis deja muchas puertas abiertas a investigaciones posteriores, bien sea centrándose en distintos países, optando por otro continente como referencia o, simplemente, por otro eje temporal. Sin embargo, con este trabajo queda constancia plena de la dimensión relacional que Twitter demanda y produce en sus usuarios, así como, según afirma Marta-Lazo (2016, p. 311), del largo camino que como personas nos queda por recorrer, pues parece que tenemos olvidada la faceta humana propiamente dicha, esa que nos debería hacer empatizar y ponernos en el lugar del otro, de ese que reclama ayuda y que ahora busca refugio.

Finalmente, para responder a la pregunta principal de la investigación sobre cómo los mensajes de los refugiados influyen en el consumo de información en Twitter (Pérez y Arias, 2021, p. 535), concluimos que este tipo de información afecta sobremanera a los grupos minoritarios. Así, a partir de los resultados extraídos, podemos determinar que los factores socioculturales son inherentes al comportamiento discursivo y que el odio de determinados usuarios de Twitter hacia los refugiados es una realidad comprobada.

## Notas

<sup>1</sup> Este trabajo forma parte del proyecto de investigación El discurso público sobre los refugiados en España (DIPURE). Ref. FFI 2017-89147-R, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Fondos FEDER

## Referencias

- 1984.(04-03-2021).** Si quieres vivir del Estado sin opositar hazte refugiado [tuit]. Disponible en: <https://twitter.com/Rocker80spain/status/1367477295787687937>. Acceso el 8 de marzo de 2021.
- ACNUR (1951).** La Convención sobre el Estatuto de los Refugiados. Disponible en: [www.acnur.org/5b0766944.pdf](http://www.acnur.org/5b0766944.pdf). Acceso el 2 de marzo de 2021. Acceso el acceso 8 de marzo de 2021
- ACNUR (2017).** Solicitantes de asilo. Disponible en: [help.unhcr.org/spain/en/derechos-deberes-asilo/solicitantes-de-asilo/](http://help.unhcr.org/spain/en/derechos-deberes-asilo/solicitantes-de-asilo/). Acceso el acceso 8 de marzo de 2021.

- Alarifi, A., Alsaleh, M. y Al-Salman, A. (2016).** Twitter Turing Test: Identifying Social Machines. *Information Sciences*, 372, 332-346.
- Alba, S. (2016).** Refugiados, islamofobia, muerte de Europa. En *Viento Sur*, 145, 60-67.
- Alesina, A., Miano, A. y Stantcheva S. (2018).** *Immigration and Redistribution*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Alías, M. (2020).** Guerra abierta entre Vox y Twitter por las subvenciones a los refugiados. *Vozpópuli*, 25 de noviembre). Disponible en: [www.msn.com/es-es/noticias/otras/guerra-abierta-entre-vox-y-twitter-por-las-subvenciones-a-los-refugiados/ar-BB1bkGZR](http://www.msn.com/es-es/noticias/otras/guerra-abierta-entre-vox-y-twitter-por-las-subvenciones-a-los-refugiados/ar-BB1bkGZR). Acceso el 13 de febrero de 2021.
- Alías, M. (2021).** El defensor del pueblo pide estudiantes marroquíes para limitar la inmigración ilegal. *Vozpópuli*, 4 de marzo. Disponible en: [www.vozpopuli.com/espana/defensor-estudiantes-inmigracion.html](http://www.vozpopuli.com/espana/defensor-estudiantes-inmigracion.html). Acceso el 19 de mayo de 2021.
- Álvarez-Gálvez, J. (2014).** El consumo de noticias televisivas y las actitudes públicas hacia la inmigración: un enfoque multinivel. *Revista de Psicología Social*, 29(3), 401-429.
- Arcila Calderón, C., Blanco-Herrero, D. y Valdez Apolo, M. B. (2020).** Rechazo y discurso de odio en Twitter: análisis de contenido de tuits sobre migrantes y refugiados en español. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 172, 21-40.
- Aswad, F. y Menezes, R. (2018).** Refugee and Immigration: Twitter as a Proxy for Reality. En *Association for the Advancement of Artificial Intelligence* (pp. 253-258).
- Barrio, A. y Ruiz, I. (2014).** Los adolescentes y el uso de las redes sociales. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1, 571-576.
- Bartlett, J., Reffin, J., Rumball, N. y Williamson, S. (2014).** *Anti-Social Media*. London: Demos.
- Basile, V., Bosco, C., Fersini, E., Nozza, D., Patti, V., Rangel, F., Rosso, P. y Sanguinetti, M. (2016).** SemEval-2019 Task 5: Multilingual Detection of Hate Speech Against Immigrants and Women in Twitter. En *In 13th International Workshop on Semantic Evaluation* (pp. 54-63).
- Bulankina, E., Fazliev, A. y Shakirov, I. (2016).** The State and Prospects of Development of the Market of Islamic Investments. *Academy of Marketing Studies Journal*, 20(Special Issue 1), 21-28.
- Bustamante, M. (09-09-2015).** Así se repartirán 120.000 refugiados en distintos países de Europa. Fijan tabla de cuotas: vía @jsanhermelando” [tuit].

Disponible en:  
[https://twitter.com/tv\\_mauricio/status/641546167239766016](https://twitter.com/tv_mauricio/status/641546167239766016). Acceso el 11 de mayo de 2021.

- Cabecinhas, R. (2009).** La investigación de representaciones sociales: metodologías y niveles de análisis. En M. M. Baptista (ed.), *Cultura: Metodologias e Investigação* (pp. 51-66). Lisboa: Verso Edições.
- Candale, C. V. (2017).** Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias-Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*, 8, 201-220.
- Carley, K. M., Malik, M., Landwehr, P., Pfeffer, J. y Kowalchuck, J. (2016).** Crowd Sourcing Disaster Management: The Complex Nature of Twitter Usage in Padang Indonesia. *Safety Science*, 90, 48-61.
- Castells, M. (2012).** *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Charaudeau, P. (1997).** *El discurso de los medios de comunicación. La construcción del espejo social*. París: Nathan.
- Cid, D. (2019).** Twitter ayudará a refugiados africanos a cambio de retuits. Disponible en: [www.trecebits.com/2019/07/02/twitter-ayudara-a-refugiados-africanos-a-cambio-de-retuits/](http://www.trecebits.com/2019/07/02/twitter-ayudara-a-refugiados-africanos-a-cambio-de-retuits/). Acceso el 13 de febrero de 2021.
- Çinar, N. (2016).** Understanding the Motives for Joining Ethnic Online Communities: A study of Turks in Norway. *Journal of Yasar University*, 11(42), 67-76.
- Cisneros, J. D. y Nakayama, T. K. (2015).** Nuevos medios, viejo racismo: Twitter, Miss América y las lógicas culturales de la raza. *Journal of International and Intercultural Communication*, 8 (2), 108-127.
- Cleveland, M., Rojas-Méndez, J. I., Laroche, M. y Papadopoulos, N. (2016).** Identity, Culture, Dispositions and Behavior: A Cross-National Examination of Globalization and Culture Change. *Journal of Business Research*, 69(3), 1090-1102.
- Cloutier, J. (1975).** *La era de EMEREC o la comunicación audio-guion-visual*. Montreal: Les Presses de l'Université de Montreal.
- Coletto, M. Esuli, A., Lucchese, C., Muntean, C., Nardini, F. M., Perego, R. y Renso, C. (2016).** Sentiment-Enhanced Multidimensional Analysis of Online Social Networks: Perception of the Mediterranean Refugees Crisis. *Under Review*, 1270-1277. En *IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)* (pp. 1270-1277). IEEE.

- Couldry, N. (2008).** ¿Mediatización o mediación? Comprensiones alternativas del espacio emergente de la narración digital. *New Media & Society*, 10, 373-391.
- Crandall, C., White, M. y Miller, J. M. (2018).** Changing Norms Following the 2016 U.S. Presidential Election: The Trump Effect on Prejudice. *Social Psychological and Personality Science*, 9(2), 186-192.
- Crannell, W. C., Clark, E., Jones, C., James, T. A. y Moore, J. (2016).** A Pattern-Matched Twitter Analysis of US Cancer-Patient Sentiments. *Journal of Surgical Research*, 206(2), 536-542.
- Crua, C. (2020).** ¿Cómo son los usuarios de Twitter y cómo se comportan con las marcas?. *IEBS*, 2 de noviembre. Disponible en: [www.iebschool.com/blog/estadisticas-usuarios-twitter-como-son-redes-sociales/](http://www.iebschool.com/blog/estadisticas-usuarios-twitter-como-son-redes-sociales/). Acceso el 19 de marzo de 2021.
- Dalmau, A. (2017).** Rifirrafe en Twitter. El Govern y Junts Pel Sí atizan a Jordi Évole por sus críticas sobre los refugiados. *La Vanguardia*, 12 de febrero. Disponible en: [www.lavanguardia.com/politica/20170212/414272092346/dolors-bassa-gabriel-rufian-jordi-evole-twitter-refugiados.html](http://www.lavanguardia.com/politica/20170212/414272092346/dolors-bassa-gabriel-rufian-jordi-evole-twitter-refugiados.html). Acceso el 8 de marzo de 2021.
- Davidson T., Warmesley, D., Macy, M. y Weber, I. (2016).** Automated Hate Speech Detection and the Problem of Offensive Language. En *Proceedings of the 25<sup>th</sup> International Conference on World Wide Web, WWW '16* (pp. 145-153).
- De Lemos Martins, M., Aldina Marques, M. y Ramos, R. (2020).** *Discursos sobre migrantes, refugiados e minorias na esfera pública: o século XXI em debate. Comunicação e Sociedade*, 38, 9-14.
- Del Fresno García, M., Daly, A. J. y Supovitz, J. (2015).** Desvelando climas de opinión por medio del Social Media Mining y Análisis de Redes Sociales en Twitter. *REDES-Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 1, pp. 53-75.
- Duchamps, L. (2021).** Dinamarca avisa a los refugiados sirios que deben regresar a su país pues ya es seguro. *The Epoch Times*, 3 de marzo. Disponible en: [somatemp.me/2021/03/06/dinamarca-avisa-a-los-refugiados-sirios-que-deben-regresar-a-su-pais-pues-ya-seguro/](http://somatemp.me/2021/03/06/dinamarca-avisa-a-los-refugiados-sirios-que-deben-regresar-a-su-pais-pues-ya-seguro/). Acceso el 3 de abril de 2021.
- ECRI (2017).** El fuerte aumento del populismo nacionalista y el discurso de odio xenófobo fueron desafíos clave en Europa en 2016, 22 de junio. Disponible en: [www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-](http://www.coe.int/en/web/european-commission-against-racism-and-)

- intolerance/-/hate-speech-and-xenophobic-populism-remained-major-concerns-in-europe-in-2018. Acceso el 5 de marzo de 2021.
- Eisenlauer, V. (2013).** *Un análisis crítico hipertextual de las redes sociales: los verdaderos colores de Facebook*. Londres: Bloomsbury Publishing.
- Ekman, M. (2019).** El discurso antiinmigración y racista en las redes sociales. *European Journal of Communication*, 34(6), 606-618.
- El Periódico (2020).** Más de 110.000 inmigrantes y refugiados llegaron a Europa en 2019. *El Periódico*, 4 de enero.
- Erjavec, K. y Kovacic, M. P. (2012).** “¡No lo entiendes, esta es una nueva guerra!” Análisis del discurso de odio en los comentarios de los sitios web de noticias. *Mass Communication and Society*, 15(6), 899-920.
- Espiñeira, K. (2020)** *El Sistema Europeo Común de Asilo a examen en la frontera terrestre de Ceuta*. Ceuta: Instituto de Estudios Ceutíes.
- Esses, V. M., Hamilton, L. H. y Gaucher, D. (2017).** The Global Refugee Crisis: Empirical Evidence and Policy Implications for Improving Public Attitudes and Facilitating Refugee Resettlement. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 78-123.
- Europa Press (2017).** Bruselas expedienta a Hungría, Polonia y República Checa por negarse a acoger refugiados. *Europa Press*, 13 de junio. Disponible en: [www.europapress.es/internacional/noticia-bruselas-expedienta-hungria-polonia-republica-checa-negarse-acoger-refugiados-20170613162325.html](http://www.europapress.es/internacional/noticia-bruselas-expedienta-hungria-polonia-republica-checa-negarse-acoger-refugiados-20170613162325.html). Acceso el 18 de abril de 2021.
- European Commission (2016).** About us. European Commission. Disponible en: [ec.europa.eu/home-affairs/who-we-are/about-us\\_en](http://ec.europa.eu/home-affairs/who-we-are/about-us_en). Acceso el 5 de marzo de 2021.
- Evans, A. (2016).** Stance and Identity in Twitter Hashtags. *Language@Internet*, 13. Disponible en: [www.languageatinternet.org/articles/2016/evans](http://www.languageatinternet.org/articles/2016/evans). Acceso el 13 de febrero de 2021.
- Farzindar, A. e Inkpen, D. (2015).** *Natural Language Processing for Social Media*. California: Morgan & Claypool Publishers.
- Fernández, L. e Hidalgo, C. (2017).** Intervención social con refugiados sirios desde un enfoque resiliente a través del Trabajo Social. *Revista de Investigaciones en Intervención Social*, 7 (13), 190-207.
- Fernández, Á., Revilla Guijarro, A. y Andaluz Anón, L. (2020).** Análisis de la caracterización discursiva de los relatos migratorios en Twitter. El caso Aquarius. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 1-18.
- Freire, P. (2009).** *La educación como práctica de la libertad*. Salamanca: Siglo XXI.

- Gómez García, S., Paz Rebollo, M. A. y Cabeza San Deogracias, J. (2021).** Newsgames frente a los discursos del odio en la crisis de los refugiados. *Comunicar. Revista Científica de Comunicación y Educación*, 29(67), 1-11.
- González, A., Fernández, M. y García, M. L. (2019).** Twitter, Partisan Use or Institutional Use: Comparative Analysis Between the Profiles of Moncloa, Madrid City Council and their Ruling Parties. *Communication and Society*, 32(1), 19-36.
- Gualda, E. y Rebollo, C. (2016).** Crisis de refugiados en Twitter: diversidad de discursos en una encrucijada europea. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 4(3), 199-212.
- Hanley, J., Al Mhamied, A., Cleveland, J. y Hajjar, O. (2018).** The Social Networks, Social Support and Social Capital of Syrian Refugees Privately Sponsored to Settle in Montreal: Indications for Employment and Housing During their Early Experiences of Integration. *Canadian Ethnic Studies*, 50(2), 123-148.
- Heinonen, K. y Medberg, G. (2018).** La netnografía como herramienta para comprender a los clientes: implicaciones para la investigación y la práctica de servicios. *Journal of Services Marketing*, 32(6), 657-679.
- Ibrahim, A. M. (2019).** Theorizing the Journalism Model of Disinformation and Hate Speech Propagation in a Nigerian Democratic Context. *International Journal of E-Politics*, 10(2), 60-73.
- Inetweb (2020).** Europa y los refugiados. *Inetweb*, 9 de marzo (p. 19).
- Jiménez-Álvarez, M., Espiñeira, K. y Gazzotti, L. (2020).** Migration Policy and International Human Rights Frameworks in Morocco: Tensions and Contradictions. *The Journal of North African Studies*, 26(5), 893-911. DOI: <https://doi.org/10.1080/13629387.2020.1800208>.
- Jubany, O. y Roiha, M. (2016).** *Antecedentes, experiencias y respuestas al discurso de odio en línea: un análisis comparativo entre países*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Junior Report (2020).** Grecia: el puerto de llegada de los refugiados a Europa. *La Vanguardia*, 18 de febrero (p. 17). Disponible en: [www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200218/473553403247/grecia-crisis-migratoria-centros-internamiento.html](http://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20200218/473553403247/grecia-crisis-migratoria-centros-internamiento.html). Acceso el 8 de marzo de 2021.
- Kayser, V. y Bierwisch, A. (2016).** Using Twitter for Foresight: An Opportunity? *Futures*, 84(Part A), 50-63.
- Kreis, R. (2017).** #refugeesnotwelcome: Anti-Refugee Discourse on Twitter. *Discourse & Communication*, 11(5), 498-514.

- Lerbæk, T. O. y Vik, B. E. (2020).** *Fake News on Twitter Related to the Refugee Crisis 2016: An Exploratory Case Study*. Kristiansand: University of Agder, Faculty of Social Science.
- Lakner, D. (2016).** Refugees? Yes, they are Migrants. *Magyar Nemzet*. Disponible en: [mno.hu/belfold/menedek-igenis-vannak-migransok-1363641](http://mno.hu/belfold/menedek-igenis-vannak-migransok-1363641). Acceso el 19 de enero de 2021.
- Li, E. P. y Prasad, A. (2018).** From Wall 1.0 to Wall 2.0: Graffiti, Social Media, and Ideological Acts of Resistance and Recognition Among Palestinian Refugees. *American Behavioral Scientist*, 62(4), 493-511.
- Lomba, S. da. (2010).** Legal Status and Refugee Integration: A UK Perspective. *Journal of Refugee Studies*, 23(4), 415-436.
- Mansouri, F. (2017).** *Interculturalismo en la encrucijada. Perspectiva comparada de conceptos, políticas y prácticas*. París: UNESCO.
- Marcelino, G.V. (2015).** Migración de los jóvenes españoles en redes sociales, de Tuenti a Facebook y de Facebook a Instagram. La segunda migración. *Icono 14*(13), 48-72.
- Marqués, M. A. y Ramos, R. (2020).** Discursos migrantes: estratégias de construção de nós e os outros em discursos jornalísticos de opinião. *Comunicação e Sociedade*, 38, 17-39.
- Marta-Lazo, C. (2005).** El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos. *Comunicar*, 16(31), 35-40.
- Marta Lazo, C., Marfil Carmona, R. y Hergueta Covacho, E. (2016).** Aplicación de las redes sociales en el aprendizaje en conectividad: uso del factor relacional en la dialéctica Twitter. *Revista Científica Electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento*, 16(2)304-319.
- Martínez, L. (2018).** Diez formas de evitar el discurso xenófobo en los medios de comunicación. *Eldiario.es*, 8 de enero. Disponible en: [https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/formas-evitar-discurso-xenofobo-comunicacion\\_1\\_2972932.html](https://www.eldiario.es/comunitat-valenciana/formas-evitar-discurso-xenofobo-comunicacion_1_2972932.html). Acceso el 8 de marzo de 2021.
- McQuail, D. (2003).** *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mourão, M., Sá, R., Barros, R. y Burlacu, S. (2017).** Crise dos refugiados no Twitter: As representações sociais e o papel dos influenciadores da rede. En H. Pires, M. Curado, F. Ribeiro y P. Andrade (coord.), *Cibercultura: Circum-Navegações em redes transculturais de conhecimento, arquivos e pensamento* (pp. 303-314). Minho: Universidade do Minho. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS).

- Mozorov, E. (2012).** *El desengaño de internet: los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Destino.
- Muller, K. y Schwarz, C. (2018).** Fanning the Flames of Hate: Social Media and Hate Crime. *Journal of the Economic Association*, 19(4), 2131-2167.
- Nash, M. (2005).** La doble alteridad en la comunidad imaginada de las mujeres inmigrantes. En M. Nash, *et al.* (eds.), *Inmigración, género y espacios urbanos. Los retos de la diversidad* (pp. 17-31). Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Nerghes, A. y Lee, J. S. (2018).** The Refugee/Migrant Crisis Dichotomy on Twitter: A Network and Sentiment Perspective. En *Proceedings of the 10th ACM conference on web science* (pp. 271-280).
- Nerghes, A. y Lee, J. S. (2019).** Narratives of the Refugee Crisis: A Comparative Study of Mainstream-Media and Twitter. *Media and Communication*, 7(2), 275-288.
- Nguyen, D., Dogruoz, A., Rose, C. y de Jong, F. (2016).** Computational Sociolinguistics: A Survey. *Computational Linguistics*, 42(3), 537-593.
- Niños, A. y Ortega, C. (2020).** Discurso del odio en radio: análisis de las editoriales de las cadenas COPE y SER tras la llegada del Aquarius a España. *Miguel Hernández Communication Journal*, 11(1), 117-138.
- O'Reilly, T. y Milstein, S. (2012).** *The Twitter Book*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Operation Portal Refugee Situations (2016).** Un portal de intercambio de información interinstitucional de respuesta regional a los refugiados de Siria". UNHCR.org. Disponible en: <https://data2.unhcr.org/en/situations/syria>. Acceso el 8 de marzo de 2021.
- Öztürk, N. y Arias, L. G. (2018).** Sentiment Analysis on Twitter: A Textual Approach to the Syrian Refugee Crisis. *Telematics and Informatics*, 35, 136-147.
- Pang, B. y Lee, L. (2008).** Opinion Mining and Sentiment Analysis. *Foundations and Trends in Information Retrieval*, 2 (1-2), 1-135.
- Papacharissi, Z. (2015).** *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford: Oxford University Press.
- Paz, M. A., Montero-Díaz, J. y Moreno, A. (2018).** Hate Speech: A Systematized Review. *Sage Open*, 10, 1-12.
- Peirano, M. (2019).** *El enemigo conoce el sistema: manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Madrid: Debate.
- Pérez, M. y Arias, L. G. (2020).** El consumo de información sobre refugiados en Twitter. *Journal of Business Research*, 123, 529-537.

- 
- Pope, D. y Griffith, J. (2016).** An Analysis of Online Twitter Sentiment Surrounding the European Refugee Crisis. *Scitepress-Science and Technology Publications, 1*, 299-306.
- Pulido, R. (04-03-2021).** A la izquierda: Sarai Delgado, tiene dos hijos, ella y su marido están en paro y solo cobran 390€ del IMV. A la derecha: Zino Meflah, argelino extutelado, llegó ilegalmente. Fue tutelado a pensión completa por el Gobierno balear. A día de hoy sigue cobrando del Estado [tuit]. Disponible en: <https://twitter.com/rubnpulido/status/1367441156607520771>. Acceso el 8 de marzo de 2021.
- Rebollo, C. y Gualda, E. (2017).** La situación internacional de las personas refugiadas y su imagen en Twitter. Un reto para la intervención desde el Trabajo Social. *Documentos de Trabajo Social, 59*, 190-207.
- Ridley, L. (2015).** Las notas sobre inmigración de Angela Merkel muestran que la respuesta de Alemania con los refugiados es tremendamente diferente a las de Gran Bretaña. *Huffington Post*, 1 de septiembre. Disponible en: [www.huffingtonpost.co.uk/2015/09/01/angela-merkel-immigrationmigrants-germany\\_n\\_8069928.html](http://www.huffingtonpost.co.uk/2015/09/01/angela-merkel-immigrationmigrants-germany_n_8069928.html). Acceso el 19 de abril de 2021.
- San Pedro, M. B. y López, I. (2017).** Empatía histórica y aumento de la tolerancia hacia la figura de los refugiados: estudio con profesorado en formación". *Revista de Psicología y Educación, 12*(2), 116-128.
- Sánchez Ortega, J. J. (2020).** Notas sobre el sentimiento del refugiado en las redes sociales. *Tonos Digital, 38*. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2387/1107>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Sánchez, M. F. (2021).** Refugiados en pandemia: disminuyen las solicitudes, pero siguen creciendo los rechazos. Disponible en: [www.cuartopoder.es/derechos-sociales/2021/02/17/refugiados-en-pandemia-disminuyen-las-solicitudes-pero-siguen-creciendo-los-rechazos/](http://www.cuartopoder.es/derechos-sociales/2021/02/17/refugiados-en-pandemia-disminuyen-las-solicitudes-pero-siguen-creciendo-los-rechazos/). Acceso el 14 de enero de 2021.
- Sanguinetti, M., Poletto, F., Nosco, C., Patti, V. y Stranisci, M. (2018).** An Italian Twitter Corpus of Hate Speech Against Immigrants. En *Eleventh International Conference on Language Resources and Evaluation* (pp. 2798-2805).
- Schmittel, A. y Sanderson, J. (2014).** Talking about Trayvon in 140 Characters: Exploring NFL Players' Tweets about the George Zimmerman Verdict. *Journal of Sport & Social Issues, 39*(4), 332-345.

- Segeberg, A. y Bennett, W. L. (2011).** Social Media and the Organization of Collective Action: Using Twitter to Explore the Ecologies of Two Climate Change Protests. *The Communication Review*, 14(3), 197-215.
- Siapera, E, Boudourides, M. y Lenis, S. (2018).** Refugees and Network Publics on Twitter: Networked Framing, Affect, and Capture. *Social Media + Society*, 26, 1-21.
- Silva, L., Mondal, M., Correa, D., Benevenuto, F. y Weber, I. (2016).** Analyzing the Targets of Hate in Online Social Media. *Proceedings of the 10<sup>th</sup> International Conference on Web and Social Media, ICWSM*, 687-690.
- Squires, L. (2016).** Design, Discourse, and the Implications of Public Text. En A. Georgakopoulou y T. Spilioti (eds.), *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication* (pp. 239-255). London: Routledge.
- Strand, C. (2019).** Navigating Precarious Visibility: Ugandan Sexual Minorities on Twitter. *Journal of African Media Studies*, 11(2), 229-256.
- Sue, D. S., Capodilupo, C., Torino, G., Bucceri, J., Holder, A. Nadal, K. y Esquilin, M. (2007).** Racial Microaggressions in Everyday Life Implications for Clinical Practice. *American Psychologist*, 62 (4), 271-286.
- Tagg, C. (2015).** *Exploring Digital Communication Language in Action*. London: Routledge.
- Toffler, A. (1980).** *La tercera ola*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Van Dijk, T. A. (2003).** *Racismo y discurso de las élites*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T. A. (2009).** Estudios críticos del discurso: Una aproximación sociocognitiva. En R. Wodak y M. Meyer (eds.). *Methods of Critical Discourse Analysis* (pp. 62-85). Londres: SAGE.
- Waseem, Z. (2016).** Are You a Racist or Am I Seeing Things? Annotator Influence on Hate Speech Detection on Twitter. En *Proceedings of the First Workshop on NLP and Computational Social Science* (pp. 138-142).
- Wodak, R. (2015a).** Discrimination Through Speech. En N. Bonvillain (ed.), *Routledge Handbook of Linguistic Anthropology* (pp. 363-383). London: Routledge.
- Wodak, R. (2015b).** *The Politics of Fear: What Right-Wing Populist Discourses Mean*. London: SAGE.
- Zappavigna, M. (2011).** Ambient Affiliation: A Linguistic Perspective on Twitter. *New Media & Society*, 13(5), 788-806.
- Zappavigna, M. (2012).** *Discourse of Twitter and Social Media: How We Use Language to Create Affiliation on the Web*. Chicago, IL: A & C Black.

## Nota biográfica



### Juan Jesús Sánchez Ortega

El autor almeriense ha llevado a cabo la mayoría de su actividad académica en la universidad de su ciudad, primeramente, licenciándose en ella en Filología Hispánica, para, posteriormente, hacerse graduado en Humanidades, así como realizar el Máster de Profesorado que lo posibilita como docente de Secundaria, ejercicio este que desempeña, actualmente, en un instituto público de la propia capital. También es Doctor en Humanidades, centrandó su ejercicio en el análisis de los *best-sellers* y la figura del narrador Javier Sierra; este último aspecto académico es el que le abrió paso a la docencia universitaria como Profesor Sustituto Interino, también, en la universidad donde estudió. Asimismo, ha realizado un Máster por la UNED especializado en Formación e Investigación Literaria y Teatral.

**E-mail:** [jso918@ual.es](mailto:jso918@ual.es)