



## El discurso del odio hacia migrantes y refugiados a través del tono y los marcos de los mensajes en Twitter

*Hate speech against migrants and refugees through the tone and frames of Twitter messages*

---

**Valdez-Apolo, María Belén**

Universidad del Azuay  
[mariabelenvaldezapolo@gmail.com](mailto:mariabelenvaldezapolo@gmail.com)

**Arcila Calderón, Carlos**

Universidad de Salamanca (USAL)  
[carcila@usal.es](mailto:carcila@usal.es)

**Jiménez Amores, Javier**

Universidad de Salamanca (USAL)  
[javieramores@usal.es](mailto:javieramores@usal.es)

### Forma de citar este artículo:

Valdez-Apolo, M.B., Arcila-Calderón, C. y Jiménez Amores, J. (2019). "El discurso del odio hacia migrantes y refugiados a través del tono y los marcos de los mensajes en Twitter", *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 6, núm. 12, 361-384. <https://doi.org/10.24137/raeic.6.12.2>

**Resumen:**

Este trabajo tiene el objetivo de identificar el tono latente en los tuits en castellano sobre migrantes y refugiados y los marcos con los que se representa a cada uno de esos colectivos, entendiendo los encuadres negativos como posibles indicadores del rechazo y del odio. Para ello se realizó un análisis de contenido de 1469 tuits en español. El estudio resuelve que el tono de los tuits en castellano sobre personas desplazadas es predominantemente negativo (72%), aunque hay mayor frecuencia de tuits negativos sobre migrantes (80,8%) que sobre refugiados (53,8%). En cuanto a los marcos, a nivel general predomina la representación de los desplazados como una *amenaza* (31.78%). Al comparar los grupos, el marco que sobresale en los tuits sobre migrantes es también el de *amenaza* (37.4%), mientras que los dos marcos que predominan en los tuits sobre refugiados son el de *victimización* (42.4%) y el de *normalización* (25.8%). Los hallazgos muestran que el tratamiento que se hace de los dos grupos de desplazados en Twitter difiere significativamente, lo que podría significar la existencia de actitudes más negativas, así como un mayor rechazo y odio hacia los inmigrantes que hacia los refugiados.

**Palabras clave:** migración, refugiados, Twitter, framing, discurso de odio, racismo.

**Abstract:**

This study has the objective of identifying the latent tone in Spanish tweets about migrants and refugees and the frames with which each of the groups is represented, understanding the negative frames as possible indicators of rejection and hatred. For this purpose, a content analysis of 1469 tweets in Spanish was carried out. The work resolves that the tone of the tweets in Spanish about displaced people is predominantly negative (72%), although there is a greater frequency of negative tweets about migrants (80.8%) than about refugees (53.8%). As for the frames, at a general level, in the analyzed tweets predominates the threat frame (31.78%). Nevertheless, when comparing the groups, the frame that stands out in the tweets about migrants is the

threat frame (37.4%), while the two frames that predominate in the tweets about refugees are victimization (42.4%) and normalization frame (25.8%). The findings show that the treatment of the two groups of displaced people on Twitter differs significantly, which could mean the existence of more negative attitudes, such as greater rejection and hatred towards immigrants than towards refugees.

**Keywords:** migrations, refugees, Twitter, framing, hate speech, racism.

## 1. INTRODUCCIÓN

Al mismo tiempo que aumentan los movimientos y políticas antin migración en todo el planeta, se vienen incrementando en los últimos años las actitudes negativas frente a la migración, así como los discursos de rechazo y odio, y los ataques contra migrantes y refugiados. En este contexto se entiende que los medios juegan un papel importante, al difundir unos marcos de representación específicos sobre los colectivos de migrantes a la ciudadanía, que, por su parte, los reproduce y magnifica en sus entornos íntimos, así como en las redes sociales, que otorgan una plataforma donde hacer públicas las ideas y pensamientos de forma libre. Así, en consonancia con las circunstancias que se vienen analizando, se ha registrado un aumento del discurso de odio en las redes sociales (Bartlett et al., 2014). En suma, recientes estudios relacionan de manera directa el discurso de odio con el crimen de odio, ya que, cuando crecen los mensajes racistas, xenófobos, de intolerancia, o que identifican a los otros como una amenaza, crece exponencialmente el rechazo y la posibilidad de que se cometan delitos de odio.

Por otro lado, los estigmas que rodean a conceptos como el racismo y la xenofobia hacen que su medición sea una tarea difícil a través de técnicas tradicionales como la encuesta (Cea D'Ancona, 2009), debido al sesgo de deseabilidad social. Por esta razón, redes sociales como Twitter constituyen una valiosa fuente de datos para la investigación y el análisis de la opinión pública, ya que el usuario expresa de manera libre sus opiniones. Sin embargo, no existen estudios centrados en analizar específicamente los sentimientos que se expresan en los mensajes sobre migrantes y refugiados, así como los marcos con los que se representa a estos colectivos en Twitter, entendiéndolos como

posibles indicadores y predictores del discurso de odio, que es, a su vez, predictor del delito de odio. Por esta razón, el presente trabajo pretende llenar este vacío con el objetivo de detectar el tono y los marcos predominantes en los tuits en castellano que tratan sobre migrantes y refugiados, así como comparar e identificar posibles diferencias en el tratamiento que se hace de cada uno de esos grupos en la red social, esperando que la representación de los migrantes sea más negativa que la de los refugiados. Se pretende ampliar así el conocimiento existente sobre el discurso de odio hacia migrantes y refugiados en los medios sociales en español, añadiendo conocimiento, además, sobre la manera en que concibe la opinión pública a los desplazados en Twitter, pudiendo de igual manera identificar las principales razones de rechazo y odio. Este texto puede servir, además, de base metodológica para futuros estudios que analicen las percepciones de la migración y el refugio en redes sociales, y que intenten predecir posibles delitos de odio a través de métodos manuales o computarizados.

## **2. EL FENÓMENO MIGRATORIO EN LA ACTUALIDAD**

En la última década, los distintos conflictos acaecidos en Oriente Próximo desde las Primaveras Árabes, sumados a una crisis económica de alcance mundial, han desembocado en un aumento descontrolado de refugiados en todas sus tipologías, llegando a superar con creces las cifras recogidas durante la Segunda Guerra Mundial. Desde 2015, la denominada Crisis Migratoria de Europa y del Mediterráneo alcanzó de lleno las fronteras europeas, aumentando así las solicitudes de asilo recibidas en el continente hasta cifras sin precedentes, lo que ha colocado el foco político y mediático sobre este fenómeno. En este contexto, España se ha convertido en una de las naciones más afectadas por la ola migratoria, siendo uno de los principales destinos de muchos refugiados y migrantes en situación irregular, en especial los que siguen las rutas marítimas, y más aún desde el cierre de la ruta de los Balcanes y de los puertos italianos a los desplazados irregulares. Pero el origen mayoritario de los migrantes que recibe España actualmente es Venezuela, debido a la importante crisis política y económica que sacude el país en los últimos años, y que ha generado ya más de 3.3 millones de migrantes forzosos (ACNUR, 2019). El conflicto venezolano también afecta de manera

importante a los países vecinos de Iberoamérica, entre los que destaca Colombia como principal país receptor, pero también México, Brasil, Perú o Ecuador. Otro de los acontecimientos que ha reflejado la magnitud del fenómeno migratorio en la actualidad ha sido la caravana de migrantes que circulaba por Centroamérica con destino a Estados Unidos, que ha generado una gran preocupación y un debate migratorio global, y en especial en el entorno hispanoparlante. En este contexto, el camino que toma la política tanto en el continente europeo como en el americano parece ser conservadorista y antiinmigración, exceptuando ciertos casos como el del gobierno de Andrés Manuel López Obrador y su decisión de conceder visados a los desplazados que alcancen fronteras mexicanas. En el resto de las naciones, sin embargo, la tendencia al control, la militarización y el cierre de fronteras parece venir acompañada de ciertas estrategias de legitimación, entre las que pueden incluirse discursos de rechazo y odio hacia los colectivos de migrantes y refugiados, que pueden influir sobre la opinión pública reforzando las actitudes negativas de las sociedades receptoras hacia a la migración.

Así, los discursos racistas y xenófobos se han incrementado en los últimos años, alimentados por el contexto, pero también por las narrativas usadas por medios y administraciones, ganando espacio a nivel global. Ejemplo claro de esta premisa es el gobierno de Donald Trump, quien se ha popularizado en gran parte gracias a un discurso de rechazo explícito a los migrantes en el que exhibe matices de odio y ensalza el nacionalismo estadounidense, posicionando y representando la visión del migrante como una *amenaza* (Morgenfeld, 2016). En Europa también existen muchos casos ilustrativos del auge de la extrema derecha más discriminatoria y anti-migración, como el de Austria, Suiza, Hungría, Dinamarca o incluso Francia. Pero quizás el más sorprendente es el de Alemania, ya que, tras ser el país europeo que más solicitudes de asilo concedió en 2015 (Zhang y Hellmueller, 2017), vio al partido ultraderechista *Alternative für Deutschland*, (AfD), autodefinido como un partido anti-refugiados y anti-inmigración (Muller y Schwarz, 2018), convertirse en el tercer grupo más fuerte en el parlamento alemán en 2017 y lograr escaños en todos los parlamentos regionales. La misma tendencia parece seguirse en España, donde el partido de extrema derecha VOX,

ha irrumpido en el congreso en las últimas elecciones generales como quinta potencia, con el 10.26% de los votos.

### **3. TIPOLOGÍA DE DESPLAZADOS**

Antes de analizar los sentimientos que genera cada uno de los dos grandes grupos de personas que se desplazan en la actualidad, cabe aclarar su naturaleza y los matices de cada una de las acepciones, que se transmiten de manera continua y confusa por medios y administraciones. Así, ACNUR indica que ‘refugiado/a’ es la persona que “debido a fundados temores de ser perseguida por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentre fuera del país de su nacionalidad y no pueda o, a causa de dichos temores, no quiera 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 pueda o, a causa de dichos temores, no quiera regresar a él” (2017). Si se tiene en cuenta esta descripción, se puede entender que refugiada es, en resumen, toda persona que se desplaza, en principio fuera de las fronteras de su nación, por unas causas mayores, por la fuerza, y no por voluntad propia.

Migrante, por su parte, y según la RAE, es todo aquel “individuo que se traslada desde el lugar donde habita a otro diferente”; por esta razón en ciertas ocasiones se usa este término para referirse a todo tipo de desplazados, de manera general. Sin embargo, según ACNUR (2017), los migrantes eligen trasladarse no a causa de una amenaza directa de persecución o muerte, sino para mejorar sus vidas, y, a diferencia de los refugiados, quienes no pueden volver a su país de forma segura, los migrantes continúan recibiendo la protección de su gobierno. No obstante, las circunstancias que puedan obligar al migrante a tomar la decisión de intentar mejorar sus condiciones de vida, pueden ser de igual manera críticas y dramáticas.

Respecto a los refugiados, concepto amplio usado de manera muy ambigua por los medios, cabría diferenciar entre los propios refugiados estatutarios y los refugiados a título humanitario, cuya cifra es la inferior en nuestros días; los solicitantes de asilo, quienes esperan a que se les conceda el estatuto de refugiado; y los refugiados de facto,

quienes aún no reciben protección de ninguna organización y circulan en un limbo apátrida, y se estima que son la gran mayoría de los desplazados por la fuerza en la actualidad. Entendiendo esto, la diferencia entre migrantes y refugiados radica, más allá de su naturaleza, en sus efectos sobre las instituciones receptoras, ya que, los refugiados requieren y necesitan una protección internacional y el asilo que demandan de manera “urgente”, tal y como se recoge en la *Convención sobre el Estatuto de los Refugiados* (Convención de Ginebra), o en la *Declaración de Cartagena sobre Refugiados* (que afecta a los países de América Central, México y Panamá).

En relación a las actitudes de racismo y discriminación que despierta cada uno de los colectivos, O'Rourke y Sinnott (2006) defienden que en general las sociedades receptoras son menos hostiles hacia los refugiados que hacia los inmigrantes, quizás por su propia naturaleza, que puede despertar más actitudes empáticas y solidarias. Esto podría significar que los refugiados, a priori, pudieran ser mejor aceptados y sufrir menos discursos y delitos de odio que los migrantes. Por esta razón es pertinente comprobar si el discurso que se manifiesta de manera explícita o implícita en los medios sociales con respecto a los migrantes es más negativo que el que se da con respecto a los refugiados.

#### **4. PRECURSORES DEL DISCURSO DEL ODIO**

Ahondando en las posibles causas del odio y del rechazo, cabe hablar del racismo y de la xenofobia como obvios precursores. Según Díez Nicolás (2009), estos dos conceptos son hermanos y se solapan entre sí, ya que, cuando se desciende al terreno de las actitudes y comportamientos ni siquiera los instrumentos de medición suelen permitir diferenciarlo. Para Nicolás, el racismo y la xenofobia son, en la mayoría de los casos, expresión de un clasismo arraigado (2005), o incluso de aporofobia, un concepto que conecta el rechazo al inmigrante con el miedo y rechazo hacia la pobreza (Cortina, 2017). Además, el racismo ordinario se entrelaza con el racismo de clase, ya que el inmigrante suele ser excluido por ser extranjero, pero también porque procede de un país pobre y menospreciado, y porque forma parte, por norma general, de las capas más bajas de las clases populares. En este sentido, conviene hablar de igual forma del racismo cultural,

un tipo de discriminación que conecta con los valores simbólicos, ya que, en este caso, la persona racista siente amenazada su identidad por la del inmigrante (Cea D’Ancona, 2009).

En otra línea se encuentra el racismo moderno o simbólico, aquel que tiene lugar por un efecto de la deseabilidad social, dado que el racismo explícito no es aceptado en las sociedades avanzadas. Según este tipo de racismo el individuo niega rechazar a los inmigrantes, pero al mismo tiempo concibe que la inmigración tiene efectos negativos para la identidad nacional y rechaza sutilmente los tratamientos favorables para los inmigrantes (Cea D’Ancona, 2009; Igartua y Muñiz, 2004). Aunque se asocie de igual forma con la discriminación y el prejuicio, el racismo moderno, al ser más sutil, presenta serias dificultades para ser medido o percibido a través de encuestas, sin embargo, sí puede ser más fácilmente medible a partir de los contenidos generados por los propios usuarios en redes sociales como Twitter.

## **5. XENOFOBIA Y RACISMO EN REDES SOCIALES**

Son muchos los estudios que analizan las actitudes hacia los migrantes y refugiados a través de encuestas sociológicas. Sin embargo, investigadores como Cea D’Ancona (2009) y Díez Nicolás (2009), han cuestionado la validez de la encuesta como método para medir las actitudes hacia la migración, por los posibles sesgos de *deseabilidad social*. Por esta razón, entre muchas otras, el estudio de las redes sociales, de manera no invasiva, va ganando fuerza en este tipo de investigaciones, ya que es en esos medios donde fluye una gran parte del discurso público, y de manera libre y espontánea. Twitter se presenta, así, como una de las plataformas que más popularidad ha ganado en la investigación académica, debido a que es una red abierta y permite la recolección de una gran cantidad de datos a todo tipo de investigadores. Así, Muller y Schwarz (2018), se han valido de datos extraídos de Twitter y Facebook para estudiar el vínculo existente entre el discurso de odio que se difunde en las redes sociales y los crímenes de odio. Lamanna et al. (2018) también han usado Twitter para estudiar la integración de inmigrantes en 53 ciudades del mundo mediante un análisis de los patrones de lenguaje.



A pesar de que, en los últimos años, Twitter ha perdido audiencia en términos de usuarios activos, y que el tipo de uso que la caracteriza no la convierta en una plataforma representativa de todos los ciudadanos, la plataforma social de micro-blogging sigue siendo una tribuna digital en la que los usuarios exponen de manera orgánica y libre sus pensamientos, valores, juicios y opiniones, con la percepción de dirigirse a una audiencia cautiva (Chaudhry, 2015). La red se convierte, de esta manera, en un registro abierto de sentimientos y opiniones acerca de asuntos de todo tipo, lo que incluye discursos racistas o xenófobos que son expresados libremente y sin las barreras que muchas veces presentan los entornos *offline*. Por esta razón, para el presente estudio nos hemos centrado en el estudio de los mensajes sobre migrantes y refugiados publicados a través de esta red social.

## 6. DEFINICIÓN DE DISCURSO DE ODIO

Ya el 30 de octubre de 1997, el Consejo de Europa, a través de la Recomendación nº 97 (20) adoptada por el Comité de Ministros, definía el *discurso de odio* como “cualquier forma de expresión que propague, incite, promueva o justifique el odio racial, la xenofobia, el antisemitismo y otras formas de odio basadas en la intolerancia. En esta definición se incluía además la intolerancia manifestada mediante “un nacionalismo y etnocentrismo agresivos, la discriminación y hostilidad contra las minorías, los inmigrantes y las personas de origen inmigrante”. Por otro lado, la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI), a través de la recomendación nº 15 para combatir el discurso de odio (2016), especifica que este tipo de discurso, además, puede venir motivado por cualquier razón de distinción como la “raza, el color, la ascendencia, el origen nacional o étnico, la edad, la discapacidad, el idioma, la religión o creencias, el sexo, la identidad de género, la orientación sexual y otras características o condición personales”. Así, se entiende como discurso de odio todo tipo de mensaje que aliente la discriminación, el rechazo, el menosprecio, la exclusión, la humillación, el acoso, el descrédito y la estigmatización de ciertos individuos o colectivos sociales, basándose en todas las características o atributos distintivos que se han nombrado. Ibarra, por su parte, explica que el discurso de odio se caracteriza por negar el respeto a la dignidad humana, el valor humano del *otro*, “para después someterlo a un proceso de

‘deshumanización’, alimentado por mitos y falsas imágenes que calan en el subconsciente social” (2016, p.5). Con este proceso, además, el agresor tiende a victimizarse ante la *otredad* expresando sentimientos de recelo, miedo y amenaza, así como injusticias ante una posible carga que considera injustificada.

Pero más allá de lo discursivo, la importancia de este tipo de odio se presenta principalmente por entenderse un precursor, desencadenante de los crímenes de odio (Muller y Schwarz, 2018). Cada vez más, la justicia, al mismo tiempo que la academia, se ocupa de investigar e intentar contrarrestar el discurso de odio, primero, por constituir una ofensa o un daño identificado como delito y susceptible de ser castigado por sí mismo (Miró, 2016) y, segundo, y más importante, por entenderse predecesor del hecho delictivo basado en el odio y el rechazo. La investigación de Muller y Schwarz sugiere que existe una relación significativa entre el discurso de odio online y los ataques reales y que la medición y el análisis de los contenidos anti-migración pueden servir de predictor de ataques violentos hacia los otros, en este caso los desplazados (2018).

## **7. MARCOS INFORMATIVOS DE MIGRANTES Y REFUGIADOS**

Los medios desempeñan un papel transcendental en la transmisión de ciertas ideas a la opinión pública, así como en la construcción de ciertos marcos cognitivos que se reproducen en la sociedad. Esto lo hacen a través de lo que se llaman marcos informativos (Entman, 1993). En este sentido, se entiende que los marcos que usan los medios occidentales para retratar a los migrantes y refugiados en las noticias e informaciones que publican influyen sobre la opinión pública, que puede reproducir estos mismos marcos de representación en sus discursos, a veces incluso magnificándolos. Por esta razón conviene analizar, antes de nada, como tratan los medios el fenómeno migratorio. Así, centrando la atención en identificar los marcos más reiterados respecto al fenómeno migratorio en los medios occidentales, puede reducirse el espectro a 4 principales: *normalización*, *victimización*, *carga* y *amenaza*. Los dos marcos más positivos, por la forma en que representan a los desplazados y por las actitudes que revelan y que se presupone que generan sobre la audiencia son, por un lado, aquellos que retratan a los desplazados de manera *normalizada*, y por otro lado

aquellos que los retratan como *víctimas*, mártires no responsables de su situación (Castles y Miller, 2003; Van Gorp, 2005). Los dos marcos más negativos son aquellos que representan a los desplazados como una posible *carga*, que se asociaría con razones económicas, y como una posible *amenaza*, que se asocia con razones culturales y de seguridad (Bansak et al., 2016; Chouliaraki y Stolic, 2017; Esses et al., 2008). Según Wlodarczyk, Basabe y Bobowik (2014), el marco de *carga* se interpretaría como una representación de los desplazados como una amenaza de tipo realista, mientras que el marco de *amenaza* poseería una vertiente simbólica (la cultural), y una vertiente realista (la seguridad). Estos dos marcos negativos que transmiten los medios de manera sutil e implícita son reproducidos libremente y de manera explícita y denotativa por los usuarios de Twitter, pudiendo entenderse, además, como posibles indicadores del discurso de odio online ya que, como expone Ibarra (2016), el odio se expresa en los discursos a través de la manifestación de sentimientos de amenaza percibida.

Con estas premisas se plantea el objetivo principal de este trabajo, que es conocer cuál es el tono o sentimiento predominante en los mensajes sobre migrantes y refugiados en castellano publicados en Twitter, así como identificar con que marcos se representa de manera más frecuente a los desplazados en esta red social, y si son negativos o positivos. En esta línea, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

**PI1.** ¿Cuál es el tono más frecuente en los tuits en castellano sobre migrantes y refugiados?

**PI2.** ¿Cuáles son los marcos con los que se representa de manera más frecuente a los migrantes y refugiados en los tuits en castellano?

Por otro lado, parece ser que los marcos informativos que predominan en los medios occidentales al representar a migrantes suelen ser mayoritariamente negativos (Igartua et al., 2007; Muñoz et al., 2006; Van Gorp, 2005). Sin embargo, cuando los medios tratan en específico a refugiados o solicitantes de asilo, parece ser que los marcos no son tan negativos, presentando con mayor frecuencia ciertos encuadres de normalización y humanización (Pantti, 2016; López del Ramo y Humanes, 2016). Por su parte, Bleiker et al. (2013) e Igartua et al. (2007) concluyen que a los colectivos de inmigrantes se les

suele considerar como una amenaza o un problema, mientras que la percepción de los refugiados suele ser mucho menos negativa por parte del público (Verkuyten et al., 2017; O'Rourke y Sinnott, 2006). Esta premisa nos permite formular las siguientes hipótesis:

**H1.** En los tuits descargados con la palabra clave migrante(s) predominará un tono más negativo en comparación con los descargados con la palabra refugiado (s).

**H2.** En los tuits descargados con la palabra clave migrante(s) serán más frecuentes los marcos negativos (amenaza, carga) que en los tuits descargados con la palabra clave refugiado(s).

## 8. MÉTODO

Este trabajo hace uso del análisis de contenido para estudiar los mensajes sobre migrantes y refugiados en los tuits en castellano. Esta es una de las técnicas más utilizadas en el campo de las Ciencias Sociales (Marcos et al., 2014), que permite formular inferencias reproducibles, válidas y aplicables a un contexto determinado a partir de datos (Krippendorff, 1990).

### 8.1. MUESTRA

Como se viene diciendo, la unidad de análisis es el tuit, mensaje corto que publican los usuarios de Twitter. La descarga de los tuits se realizó usando Python a través de la herramienta Autocop (Arcila et al., 2017), conectada a la *Application Programming Interface* (API) de Twitter. Durante los meses de abril y mayo de 2018 se descargaron 4000 tuits en español sin filtro geográfico con las palabras clave en español 'refugiado' / 'refugiados' / 'migrante' / 'migrantes' / 'inmigrante' / 'inmigrantes'. Inicialmente se filtraron los 4000 tuits, eliminando aquellos que utilizaran las palabras clave en otro contexto, los repetidos, los que no tuviesen sentido lógico, aquellos cuyo significado dependiera de un hipervínculo o una imagen, los redactados en otros idiomas y aquellos que solo contuvieran emoticonos o menciones a otros usuarios. La muestra final fue de 1469 tuits.

## 8.2. INSTRUMENTO Y MEDIDAS

Para el análisis se desarrolló una ficha de análisis, así como el pertinente libro de códigos en el que se explicaban las distintas variables, categorías e indicadores a tener en cuenta. Los tuits, clasificados primariamente según su descarga por palabra clave en relación a si se referían a migrantes o a refugiados, fueron posteriormente clasificados manualmente siguiendo las siguientes medidas de la ficha de análisis:

a) Tipo: si se reconoce que es de tipo noticioso, objetivo, difunde invitaciones o convocatorias, presenta datos o estadísticas, se codifica como Informativo (0). Si es de tipo personal, con un carácter subjetivo, con más adjetivación, se codifica como Opinión (1).

b) Tono: clasifica los tuits por el sentimiento que transmitan, según su valencia positiva o negativa. Los tuits redactados con palabras con carga negativa como insultos, palabras hostiles, adjetivos negativos, sobre situaciones de miseria, crimen, etc., fueron codificados como negativos; ej. “Bachelet y sus secuaces deberían ir directo a la cárcel, acusados por ladrones, corrupción, apátridas, mentirosos, enriquecimiento ilícito, y llenar el país de parásitos llamados #inmigrantes”. Los tuits redactados con palabras de carga positiva fueron codificados como positivos. Para aquellos textos en los que no se pudiera detectar ningún tono se agregó la categoría neutral.

c) Marco: encuadre de representación simbólica de los migrantes y/o refugiados. En este campo, Jiménez-Amores (2017) propone cuatro categorías basadas en la literatura científica sobre el análisis de los encuadres informativos de la migración. Estos son: normalización, victimización, carga y amenaza. Las dos primeras, que representan a los desplazados como individuos normalizados, de una forma benevolente, en escenas cotidianas, o como víctimas, inocentes, de una manera solidaria, abarcan los enfoques más favorables; las dos última categorías, carga y amenaza, se refieren a las formas de representación más negativas y que más se asocian con actitudes negativas como el rechazo y el odio. El marco de carga representa a los desplazados como una amenaza realista de

carácter económico, es decir, como un peso para las finanzas de la sociedad receptora, el marco de amenaza, por su parte, representa a los desplazados como una amenaza para la seguridad de la sociedad anfitriona, pero también para los valores simbólicos, relacionados con la cultura y los roles sociales.

Para garantizar la fiabilidad del instrumento se realizó la prueba inter-codificadores con la mitad de la muestra, usando el macro Alpha de Krippendorff para SPSS. Todos los ítems obtuvieron valores superiores a  $\alpha = 0.7$ , lo que se entiende como una fiabilidad aceptable en ciencias sociales (Altman, 1991).

## 9. RESULTADOS

En primer lugar, los tuits en español sobre refugiados y migrantes fueron codificados según su naturaleza en dos categorías, *informativos* y *de opinión*. Al respecto, los resultados muestran que 1109 tuits, un 75.7% de la muestra, transmiten expresamente una *opinión* acerca de los actores u acontecimientos que se tratan, mientras que 356 tuits, el 24.3% de los mensajes analizados, expresa mera *información*. Otro elemento formal que se tuvo en cuenta fue el tipo de desplazado al que se hacía alusión en el tuit como palabra clave. En este sentido, 474 mensajes (el 32.3% de la muestra) hacen alusión a *refugiados*, mientras que 994 (el 67.7%) se refieren a *migrantes*. En esta segunda categoría se incluyeron los términos 'migrante / migrantes' e 'inmigrante / inmigrantes'.

En segundo lugar, los tuits fueron clasificados en tres categorías según su tono: se codificaron los tuits en los que se transmite un sentimiento *negativo*, debido al uso de palabras hostiles y con una carga negativa en relación a los migrantes y refugiados; los que transmiten un sentimiento *positivo*, como entusiasmo, o una actitud solidaria y favorable hacia la inmigración, o en defensa por los derechos humanos, y los tuits *neutrales*, en los que no se percibe un sentimiento ni positivo ni negativo, que corresponden en su gran mayoría a mensajes de carácter informativo o noticioso. En relación a esta variable, se halló que un 72% de los tuits transmiten un sentimiento *negativo*, seguidos de un 23.6% en los que se distingue un sentimiento *positivo*, y un

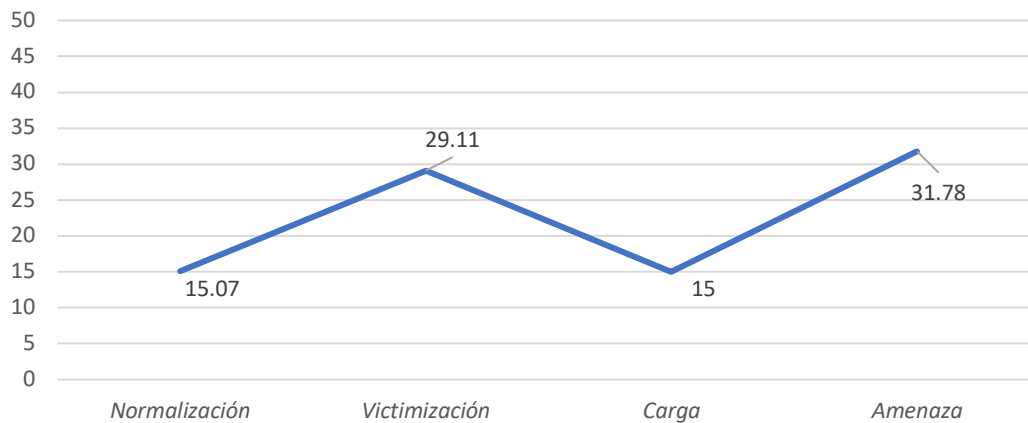
4,4% en los que el sentimiento es *neutral*. Así, respecto a PI1, se resuelve que el tono predominante en los tuits en español sobre migrantes y refugiados es negativo.

Respecto a la variable marco, la frecuencia más alta de los encuadres por separado la presenta el encuadre de *amenaza* (31.78%), seguido de cerca del de *victimización* (29.11%), como se puede observar en la tabla 1 y el gráfico 1. No obstante, de manera sumatoria se observó que los encuadres más negativos (*carga* y *amenaza*) en conjunto constituyen el porcentaje más alto, un 46.78%, frente al 44.18% de los encuadres menos hostiles (*victimización* y *normalización*). Con estos datos se puede responder a PI2, ya que el marco predominante en los tuits en español sobre migrantes y refugiados es el que los representa a nivel general como una *amenaza*, de manera negativa, por lo que puede concluirse que el sentimiento que predomina es de rechazo. Sin embargo, el segundo marco en frecuencia es el de *victimización*, que expresa un sentimiento más favorable frente a los desplazados, a los que representa como individuos inocentes, mártires, y víctimas no responsables de su situación, por lo que también se expresan actitudes positivas en un tamaño importante de la muestra. Los marcos de *normalización* y *carga* comparten una cifra inferior pero muy similar en porcentaje (15.07% y 15%).

**Tabla 1.** Frecuencia y porcentaje de marcos en tuits sobre refugiados y migrantes en español

Marco	Frecuencia	Porcentaje
<b>Normalización</b>	220	15.07
<b>Victimización</b>	425	29.11
<b>Carga</b>	219	15
<b>Amenaza</b>	464	31.78
<b>No identificado</b>	132	9.04
Total (N=1469)	1460	100

**Gráfico 1.** Porcentaje de marcos en tuits sobre refugiados y migrantes en español



Por otro lado, en este trabajo se ha planteado que podrían existir diferencias en el sentimiento que se expresa acerca de cada uno de los colectivos de desplazados que se están tratando: por un lado, los migrantes, desplazados de carácter voluntario, y, por otro lado, los refugiados, desplazados de carácter forzoso. En este sentido, H1 planteaba que en los tuits descargados con la palabra clave *migrante(s)* predomina un tono más negativo que en los tuits descargados con la palabra *refugiado(s)*. Al respecto, los datos arrojan que, efectivamente, en los tuits sobre migrantes la frecuencia del tono negativo es muy superior (80,8%) a la del tono positivo (14,9%), mientras que en el caso de los mensajes sobre refugiados el porcentaje de tuits con tono negativo es superior (53,8%) al porcentaje de tuits con tono positivo (41,6%), pero muy inferior al porcentaje de tuits negativos sobre migrantes. Para determinar si esta diferencia es significativa, se realizó una prueba T de Student de comparación de medias, para la cual se eliminó la categoría de *tono neutro*, dejando con valor 0 el tono *positivo* y con valor 1 el tono *negativo*. Esta prueba permitió comprobar que, como se esperaba, existen diferencias estadísticamente significativas [ $t(689,160)=-10,693$ ,  $p<0.05$ ] en la representación que se hace de cada uno de los grupos de desplazados. Se puede entonces resolver que al hablar de *migrantes* se utiliza un tono más negativo ( $M=0,84$ ,  $DT= 0,363$ ), que al hablar de *refugiados* ( $M=0,56$ ,  $DT=0,496$ ), siendo esta diferencia de medias de tamaño medio ( $d=0.644$ ), por lo que H1 se confirma.

Por último, se esperaba encontrar diferencias en la representación y en las actitudes que se expresan en forma de marco respecto a cada uno de los grupos de desplazados

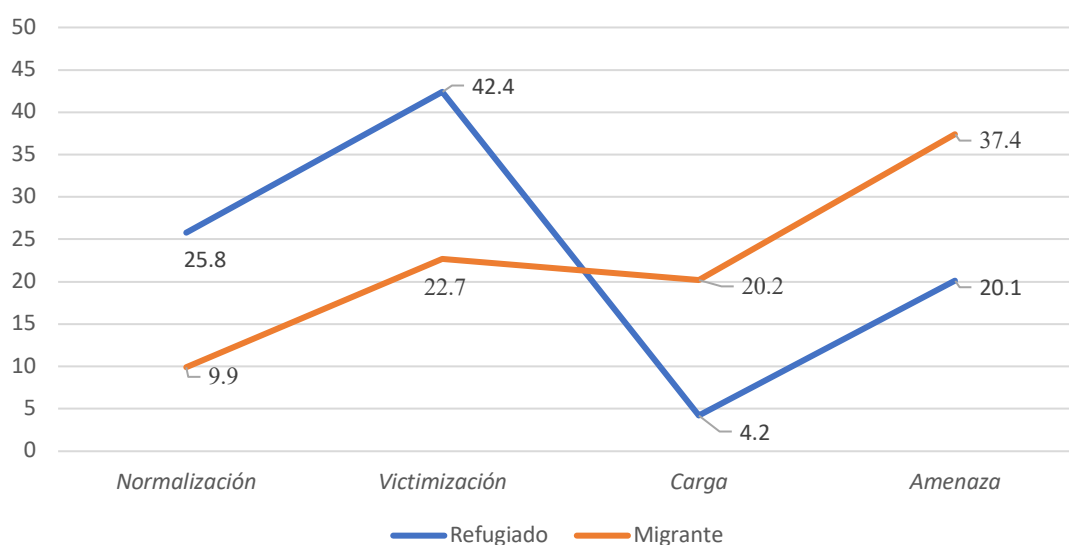


que se están tratando. Como se ha visto, la presencia de marcos positivos y negativos en el total de la muestra de tuits en español está muy igualada, por lo que convenía discernir si existen diferencias entre el tratamiento que reciben cada uno de los dos colectivos, pudiendo identificarse de esta manera una asociación de los marcos negativos y/o positivos con cada uno de ellos. Así, H2 planteaba que los tuits descargados con la palabra clave *migrante(s)* están más asociados con encuadres negativos (*carga* o *amenaza*) que los descargados con la palabra *refugiado(s)*, que, por su parte, se asocian con mayor frecuencia a marcos de tendencia más positiva (*normalización* o *victimización*). Para comprobarlo, se realizó una prueba T de Student para muestras independientes, eliminando en este caso la variable *no identificado*, dando los valores por perdidos. Se estableció así una escala de 1 a 4, desde el marco de *normalización*, el de valencia más positiva, hasta el marco de *amenaza*, el de valencia más negativa. Los resultados permitieron comprobar que, efectivamente, existen diferencias estadísticamente significativas [ $t(1325)=-11.983$ ,  $p<0.05$ ] entre los marcos que transmiten los tuits que tratan sobre refugiados ( $M=2.20$ ,  $DT=1.075$ ) y los que transmiten los tuits que tratan sobre migrantes ( $M=2.94$ ,  $DT=1,051$ ), siendo en este caso la diferencia de medias también de tamaño medio ( $d=-0.696$ ). Como se puede ver reflejado en la tabla 2 y el gráfico 2 en frecuencias y porcentajes, el marco que sobresale en los tuits sobre migrantes es el de *amenaza*, con un 37.4%, mientras que los dos marcos que sobresalen en los tuits sobre refugiados son el de *victimización* y el de *normalización*, con un 42.4% y un 25.8% respectivamente, y mientras el marco de *normalización*, el de valencia más positiva, es el que presenta, de lejos, una menor frecuencia en los tuits sobre migrantes. Por lo tanto, se puede resolver que la representación de los migrantes en los tuits en español es más negativa que la de los refugiados, asociándose más frecuentemente los textos que tratan sobre migrantes con marcos negativos que los textos que tratan sobre refugiados, por lo que H2 también se confirma.

**Tabla 2.** Frecuencia y porcentaje de marcos por palabra clave

		<i>Normalización</i>	<i>Victimización</i>	<i>Carga</i>	<i>Amenaza</i>	No Identificado	Total (N=1469)
<b>Refugiado</b>	Frecuencia	122	200	20	95	35	472
	Porcentaje	25.8	42.4	4.2	20.1	7.4	100
<b>Migrante</b>	Frecuencia	98	224	199	369	97	987
	Porcentaje	9.9	22.7	20.2	37.4	9.8	100

**Gráfico 2.** Porcentaje de marcos por tipo de desplazado citado en el tuit



## 10. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

En este trabajo se había planteado el análisis de los tuits en español sobre migrantes y refugiados con el objetivo de conocer el sentimiento predominante, así como de identificar y conocer qué tipo de encuadres predominan en los mensajes que se comparten en esta red social acerca de los desplazados, entendiendo que tanto el tono como el marco son precursores e indicadores clave del discurso de odio. Asimismo, queríamos descubrir si existen diferencias en el discurso que se emplea en relación a cada uno de los colectivos, esperando que los mensajes relacionados con los migrantes fuera más negativos que los que se asocian a los refugiados.

En este sentido, el análisis realizado ha permitido concluir que, a grandes rasgos, en los tuits en español que tratan sobre migración y refugio predomina la opinión sobre la

información, son más frecuentes los mensajes sobre migrantes que los mensajes sobre refugiados, y el sentimiento que prevalece es el negativo, aunque de manera mucho más relevante en los tuits sobre migrantes en específico. No obstante, cabe señalar que la tendencia hacia un tono negativo puede deberse a que el fenómeno migratorio como tópico mediático posee una naturaleza negativa, ya que se encuentra frecuentemente relacionado con acontecimientos o circunstancias hostiles de carácter bélico, económico, político, demográfico y/o climático. Por lo tanto, independientemente de que el usuario pueda expresar aceptación o rechazo, el sentimiento latente en los tuits tiende a ser negativo, al informar u opinar sobre temas y acontecimientos de carácter mayoritariamente negativo, como conflictos, situaciones de miseria, traslados masivos, catástrofes humanitarias, persecuciones, crímenes y actos violentos, etc.

En relación a los marcos predefinidos, en términos generales se ha resuelto que en los tuits en español los desplazados son enmarcados predominantemente como una *amenaza* para las sociedades receptoras, que se puede relacionar con nociones de seguridad o cuestiones más simbólicas, de carácter socio-cultural. De manera individualizada, el marco de *amenaza* es el que predomina en los tuits sobre migrantes, y el segundo en frecuencia en los tuits sobre refugiados. Este marco enmascara de alguna forma el rechazo a los desplazados, a veces transmitido de manera implícita y sutil y otras muchas veces transmitido a través de un lenguaje hostil que expresa odio de manera explícita a través de insultos, adjetivos negativos y palabras denigrantes. El segundo marco en frecuencia a nivel general, segundo en frecuencia en los tuits sobre migrantes y primero en los tuits sobre refugiados, es el de *victimización*. Respecto a este marco es importante mencionar que, aunque se ha tratado de manera positiva por la representación simbólica que supone acerca de los desplazados a pesar de poseer un sentimiento negativo en casi todas sus variantes, no siempre esconde actitudes positivas, ni tiene porqué afectar siempre de manera positiva sobre las actitudes frente a la migración. En términos exactos, el marco de *victimización* supone una representación connotativa de los refugiados o migrantes como víctimas, no responsables de su situación, y por lo tanto, el uso de marcos de *victimización* refleja un carácter compasivo, pero no tiene porqué implicar aceptación. En otras palabras, un

individuo puede sentir y expresar lástima y conmiseración por los refugiados, pero no querer tenerlos de vecinos (Nicolás, 2009), y no aceptarlos ni querer que su país los acepte, e incluso considerarlos un posible problema, o una posible amenaza, aunque ese no sea el marco expresado en primera instancia. Respecto a los marcos restantes, el de *carga*, que se asocia con un tipo de amenaza de tipo realista, muy relacionada con las nociones económicas, obtuvo un porcentaje elevado en los tuits sobre migrantes, y fue casi residual en los tuits sobre refugiados, mientras que el marco de *normalización*, el de valencia más positiva, fue, como se esperaba, mucho más frecuente en los tuits sobre refugiados que en los tuits sobre migrantes, donde presentó un porcentaje prácticamente irrelevante.

Estos resultados permitieron confirmar las hipótesis de investigación, evidenciando que existe una diferencia en el tratamiento de cada grupo de desplazados respecto al tono y al marco empleado en los tuits en castellano. Se resuelve así que el discurso sobre migrantes es más negativo y se asocia con encuadres más hostiles hacia la migración que el discurso sobre refugiados, que presenta un sentimiento y unos encuadres significativamente más benevolentes. Esto podría suponer que entre los usuarios de Twitter existen actitudes más negativas hacia los migrantes, normalmente de carácter económico, que hacia los refugiados, desplazados de carácter forzoso.

En relación a estos hallazgos cabe concluir que en la mayor parte de encuestas que se llevan a cabo actualmente para medir el racismo y la xenofobia no se hace una separación de los dos colectivos de desplazados que aquí se han tratado. Las diferencias encontradas en este estudio sugieren, por lo tanto, la importancia de realizar también estudios específicos en los que se analice a cada grupo y las actitudes que prevalecen en las sociedades receptoras al respecto de cada uno de ellos.

Por último, más allá del conocimiento empírico acerca del discurso sobre migración y refugio que predomina en Twitter, y las pertinentes aportaciones teóricas que presenta, este trabajo supone, además, un aporte metodológico añadido, ya que provee un sistema categorial para medir el tono y los marcos de representación de migrantes y refugiados en Twitter, que puede ser aplicado en futuras investigaciones.

## 11. LIMITACIONES

El presente trabajo muestra una de las posibles aplicaciones de Twitter como fuente de datos al servicio de los investigadores. En este caso, la red social ha sido usada como herramienta para estudiar la representación de los migrantes y refugiados y el posible discurso de odio que se transmite, un fenómeno que ocupa la agenda actual. Sin embargo, el estudio se ha llevado a cabo a través del análisis de contenido manual, analizando una muestra finita de tuits descargados en un período específico de tiempo, método que presenta limitaciones frente a las actuales técnicas de análisis computarizado que permiten el análisis de datos masivos en tiempo real.

En suma, cabe destacar otras limitaciones del estudio, como que se hayan analizado tan solo tuits en castellano, y sin ser geolocalizados, por lo que no se ha contado con información específica de su origen. Esta limitación se debe principalmente a que un porcentaje muy reducido de los usuarios elige hacer pública su localización y la mayoría de ellos son datos protegidos por el medio. Según Gaffney and Puschman (2014) tan solo el uno por ciento de todo el tráfico en Twitter se "geoetiqueta". Por otro lado, este trabajo se ha limitado al análisis textual, excluyendo imágenes, hipervínculos y tuits únicamente redactados con emoticones, formatos que podrían contener información valiosa que debería ser considerada en futuros estudios. Hay también varias limitaciones relacionadas con el proceso de obtención de los datos, ya que la API de Twitter y la herramienta AutoCop (Arcila, Ortega, Jiménez-Amores y Trullenque, 2017) facilita la descarga de tuits de manera ilimitada en tiempo real, pero en la descarga del histórico, únicamente se tiene acceso a los 10 últimos días desde la fecha en la que se realiza. En su investigación Chaudhry (2015) menciona otra de las limitaciones de la descarga de tuits, que tiene que ver con la estructura de la red social en sí misma, y es que el API de Twitter tan solo permite la descarga de un máximo del 10% de todos los tuits publicados en el sistema.

No obstante, a pesar de estas limitaciones, el presente trabajo puede suponer un punto de partida para desarrollar algoritmos de análisis automático basados en aprendizaje

automático supervisado, haciendo uso de los indicadores y los datos previamente codificados en esta investigación para el modelado.

Sin duda, ante este ingente mundo de la información y las nuevas tecnologías, las metodologías tradicionales van a tener muchas limitaciones en el campo de la investigación científica. Es por esto que se necesitan nuevas investigaciones que desarrollen métodos innovadores con la capacidad de procesar grandes cantidades de datos y en tiempo real, que permitan hacer predicciones de posibles acontecimientos y comportamientos.

## 12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACNUR. (2017). *www.acnur.org*. Recuperado el 2018, de Quién es un refugiado: <http://www.acnur.org/a-quien-ayuda/refugiados/quien-es-un-refugiado/>
- Aguilar, J. F. (2016). El discurso antiinmigrante de Donald Trump: ¿Ficción o realidad? *Lasaforum*, 157(3), 20-23.
- Arcila, C., Ortega, F., Jiménez-Amores, J., y Trullenque, S. (2017). Análisis supervisado de sentimientos políticos en español: clasificación en tiempo real de tweets basada en aprendizaje automático. *El profesional de la información* (5).
- Bansak, K., Hainmueller, J., y Hangartner, D. (2016). How economic, humanitarian, and religious concerns shape European attitudes toward asylum seekers. *Science*, 354(6309), 217-222.
- Bartlett J, J., Reffin , J., Noelle , R., y Sarah, W. (2014). Anti social media. *Demos*.
- Bleiker, R., Campbell, D., Hutchison, E., y Nicholson, X. (2013). The visual dehumanisation of refugees. *Australian Journal of Political Science*, 48(4), 398-416.
- Cea D´Ancona, M. Á. (2009). La compleja detección del racismo y la xenofobia a través de encuesta. Un paso adelante en su medición. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (Reis)* (125), 13-45.
- Castle, S., y Miller, M. J. (2003). The age of migration. *Nueva York, Guilford*.

- Chaudhry, I. (2015). Hashtagging hate: Using Twitter to track racism online. *First monday*, 20(2).
- Chouliaraki, L., y Stolic, T. (2017). Rethinking media responsibility in the refugee 'crisis': a visual typology of European news. *Media, Culture & Society*, 39(8), 1162-1177.
- Consejo de Europa. (1997). *Recommendation Nº R (97) 20 of the Committee of Ministers to Member States on "Hate Speech"*.
- ECRI. (2016). General Policy Recommendation No. 15 on Combating Hate Speech. European Commission against Racism and Intolerance
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4), 51-58.
- Esses, V. M., Veenvliet, S., Hodson, G., y Mihic, L. (2008). Justice, morality, and the dehumanization of refugees. *Social Justice Research*, 21(1), 4-25.
- Ibarra, E. (2016). Discurso de Odio y Tsunami de Xenofobia e Intolerancia. *Informe Raxen*, 106.
- Igartua, J. J., y Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración: un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 9(16).
- Igartua, J. J., Muñiz, C., Otero, J. A., y De La Fuente, M. (2007). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios de comunicación españoles. Un análisis de contenido desde la Teoría del Framing. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 91-110.
- Jiménez-Amores, J. (2017). Marcos visuales de los refugiados y migrantes a través de los medios europeos. *Tesis de Fin de Máster*. Universidad de Salamanca, España.
- Lamanna, F., Lenormand, M., Romanillos, G., Goncalves, B., Ramasco, J., y Salas-Olmedo, M. (2018). Immigrant community integration in world cities. (U. o. Renaud Lambiotte, Ed.) *Plos One*, 13(3), 1-19.

- López Del Ramo, J., y Humanes, M. L. (2016). Análisis de contenido de la representación fotográfica de la crisis de los refugiados sirios y su incidencia en el framing visual. *Scire*, 22(2).
- Morgenfeld, L. (2016). Estados Unidos: Trump y la reacción xenófoba contra la inmigración hispana. *Revista Conflicto Social*, 16.
- Müller, K., y Schwarz, C. (2018). Fanning the flames of hate: Social media and hate crime. *Disponibile en SSRN 3082972*.
- Muñiz, C., Igartua, J. J., y Otero, J. A. (2006). Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido.
- Nicolás, J. D. (2009). Construcción de un índice de Xenofobia-Racismo. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 80, 21-37.
- O'rourke, K. H., y Sinnott, R. (2006). The determinants of individual attitudes towards immigration. *European journal of political economy*, 22(4), 838-861.
- Pantti, M. (2016). Seeing and not seeing the Syrian crisis: New visibility and the visual framing of the Syrian conflict in seven newspapers and their online editions. *JOMEC journal*, 4.
- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507.
- Verkuyten, M. (2018). *The social psychology of ethnic identity*. Routledge.
- Włodarczyk, A., Basabe, N., y Bobowik, M. (2014). Percepción de amenaza realista y simbólica, su influencia sobre el prejuicio, el favoritismo endogrupal y la respuesta prosocial: la población nativa ante la inmigración. *Revista de Psicología Social*, 29(1), 60-89.
- Zhang, X., y Hellmueller, L. (2017). Visual framing of the European refugee crisis in Der Spiegel and CNN International: Global journalism in news photographs. *The International Communication Gazette*, 79(5), 483-510.