

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y  
DE LA COMUNICACIÓN



---

**Universidad de Valladolid**



TRABAJO FIN DE GRADO

**LA PRESENCIA DE LA ISLAMOFOBIA EN TWITTER:  
ANÁLISIS DE CUENTAS CON MENSAJES  
ISLAMÓFOBOS PUBLICADOS EN ESPAÑOL.**

**BADR EL KHEDRI AARAB**

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2022 – 2023

Tutor: Miguel Vicente Mariño



*A “**baba & mama**” por su lucha constante por ofrecernos lo mejor, por permitirme seguir siempre el camino escogido, por enseñarme a valorar, agradecer y pedir perdón. Por darme los valores y la educación que me han dado, por la vida que sin ellos no hubiese sido lo mismo...*

*A mi **hermana** por su compañía, por su preocupación constante y por darme el amor más bonito y puro que conozco, mi **sobrina**. A mis dos **hermanos**, al mayor por los tan buenos momentos vividos cuando éramos pequeños y al más pequeño de la casa, que siempre seguirá siendo “mi pequeño”.*

*A mis **amigos**, por regalarme su amistad, las tantas experiencias vividas y por su apoyo incondicional, a los que se encuentran en la distancia y a los que tengo a diario, francamente mi segunda familia.*

*Por último, especial mención **a mí mismo**, al del pasado y al del presente, por mi constancia, dedicación y empeño. Por aguantar y no permitir una rendición, por ser la persona que soy y por la que seguiré construyendo para el día de mañana.*

**Gracias a todos y cada uno de vosotros por tanto amor.**



## ÍNDICE

1. Resumen.....	7
2. Introducción.....	9
3. Marco teórico.....	11
3.1. Síntesis del islam.....	11
3.2. Comunidades islámicas en España: Reconocimiento jurídico.....	13
3.3. Racismo.....	15
3.3.1. <i>Raza aria</i> .....	16
3.3.2. <i>Discursos de odio</i> .....	17
3.4. Islamofobia.....	18
3.5. De lo analógico a lo digital: Redes Sociales.....	21
3.5.1. <i>Twitter</i> .....	23
4. Justificación del tema.....	24
4.1. Objetivos del TFG.....	27
4.2. Metodologías desarrolladas y aplicadas en el desarrollo de los objetivos.....	27
4.2.1. <i>Diseño de la muestra</i> .....	29
4.2.2. <i>Libro de códigos</i> .....	30
5. Desarrollo del trabajo: análisis del contenido.....	31
5.1. Análisis del contenido: discurso islamóforo.....	33
6. Conclusiones.....	49
7. Bibliografía.....	53



## **1. Resumen**

Esta investigación analiza la islamofobia en la red social de Twitter, prestando especial atención a los discursos de odio. Se identifican estereotipos y prejuicios difundidos sobre la población musulmana, analizando la forma en que se amplifica la islamofobia en las redes sociales y proponiendo una serie de recomendaciones para contrarrestarla. La metodología usada es la de análisis de contenido, examinando una cuenta de usuario como objeto de estudio. Dentro de la misma se estudia los discursos de odio y discriminación hacia los musulmanes, permitiendo reforzar una visión negativa y estigmatizada del islam que contribuye a la perpetuación de la islamofobia en línea.

Palabras clave: islamofobia, redes sociales, discursos de odio, estereotipos, Twitter, análisis del discurso.

### **Abstract**

This research examines the phenomenon of Islamophobia on the social media platform Twitter, with a focus on hate speech. Stereotypes and prejudices disseminated about the Muslim population are identified, analysing how Islamophobia is amplified on social media and proposing recommendations to counteract it. The methodology used is content analysis, examining a user account as the subject of study. Within this account, hate speech and discrimination towards Muslims are studied, reinforcing the negative and stigmatized perception of Islam, contributing to the perpetuation of online Islamophobia.

Keywords: islamophobia, social media, hate speech, stereotypes, Twitter, discourse analysis.



## 2. Introducción

El avance de las nuevas tecnologías durante el siglo XXI es un hecho constatable, así como el apoyo que han recibido por parte de la comunicación estos soportes. Solo hay que mirar a nuestro alrededor, tecnología y comunicación han creado una alianza perfecta, causando un impacto evidente en nuestra vida cotidiana. Más aún cuando hablamos de tecnología móvil y redes sociales.

El sector de los dispositivos móviles, entre otros, ha sido uno de los que más ha evolucionado, crece casi por minutos y ha desarrollado un papel fundamental en la configuración y exposición de las redes sociales digitales.

Según un informe de Global Consumer Survey (2017), el 94% de las personas encuestadas en España afirma haber usado el teléfono móvil en las últimas 24 horas, informando de que “los españoles tienen de media 16 apps instaladas, siendo las más utilizadas” las redes sociales digitales (RR. SS.) como WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram...

Los usuarios se sienten cercanos y desean estos medios sociales en el entorno digital, ya que les permite conectarse en cualquier lugar y a cualquier hora para compartir o consultar información. Sabiendo que es mucho más fácil conectar con las personas a través de estos sistemas, en la última década se ha notado un gran incremento en la inversión publicitaria de los medios digitales frente a los medios tradicionales. Así lo refleja el Informe Anual de Inversión Publicitaria de InfoAdex (2022), donde las marcas, patrocinadores, comerciantes, etc. han preferido conectar con sus públicos a través de medios digitales. Según InfoAdex (2022), sólo las RR. SS. han tenido un crecimiento el pasado año del 14,1%, pasando a suponer el 26,6% de la inversión en medios digitales, con un volumen de negocio de 660,7 millones de euros.

Todo esto es una clara confirmación de que las redes sociales han creado un nuevo entorno digital, paralelo al real, que transforma las sociedades al basarse en las percepciones y en la aprobación o no de otros usuarios. Se ha pasado de querer estar conectado con los familiares y amigos, a que haya un impacto real con juicio de valor en la sociedad. En la investigación realizada por Terrádez (2020) sobre los estereotipos sociales, una de las conclusiones a las que llega, es que:

“las redes sociales tienen una gran influencia en la sociedad, sobre todo, en los jóvenes de las nuevas generaciones. La búsqueda del ideal de belleza o la aceptación por amigos virtuales o comunidades son algunos de los factores que hacen que los jóvenes se sientan cada vez más presionados y condicionado, causando un cambio de actitud y de obsesión por el sentimiento de aprobación y de aceptación por parte de las mismas.” (p. 40)

Es aquí donde entran en juego los aspectos positivos que tienen las redes como, por ejemplo, crear unión entre colectivos minoritarios, visibilizar problemas, acceso a información instantánea, etc., si bien es cierto que hay otros aspectos que no resultan ser tan positivos como, por ejemplo, el ciberacoso, la discriminación, el odio, la marginación o exclusión de las personas por su sexo, raza, cultura o religión...

Precisamente en la religión es donde se va a centrar esta investigación, más concretamente en la musulmana, el islam. Reflexionará y considerará investigaciones que han arrojado luz y puesto en valor la relación que existe entre los medios de comunicación sociales y la religión islámica.

Desrues (2010) analiza cómo los medios de comunicación reproducen una realidad desvirtuada e incorrecta sobre el islam y los musulmanes, incentivando en gran parte la creación de estereotipos e islamofobia. Destaca una falsa percepción, que desfavorece y crea un juicio negativo y sin fundamento. Según Desrues (2010), parte de los españoles no musulmanes que componen su muestra de investigación identifican o atribuyen al islam como:

- Una religión que ejecuta castigos corporales.
- Una religión machista que subordina a la mujer.
- Despotismo permitido en su nombre.
- Fanatismo que lleva al terrorismo legitimado en nombre del islam.

Por otra parte, los discursos de odio y el aumento de prejuicios sobre las identidades culturales en las redes sociales muestran una problemática que se ha ido integrando en nuestro día a día. Las plataformas digitales son los principales escudos que protegen a aquellos que de alguna manera quieren difundir y amplificar una imagen negativa sobre la religión musulmana.

A pesar de todo, las redes sociales poseen normas de convivencia comunitaria para evitar un lenguaje ofensivo, el cual mayoritariamente suele estar dirigido a temas políticos o religiosos (Pérez, 2021).

En resumen, esta investigación analizará y examinará la presencia de la religión musulmana en las redes sociales digitales en el contexto español, más concretamente en Twitter. Con ello se contribuirá a comprender mejor la relación que existe entre los medios de comunicación social y la religión musulmana.

### **3. Marco teórico**

Para poder abordar la investigación correctamente, se ha de desarrollar un marco teórico que profundice en el estudio de los diferentes conceptos, antecedentes o posibles influencias.

#### **3.1. Síntesis del islam**

Se presenta como una religión monoteísta fundada por Mahoma en el año 622 d.C. Aunque tiene fundamentos basados en el Cristianismo, su origen geográfico se sitúa en la Meca (de la Hoz, 2010). Según de la Hoz (2010), en su libro “El Islam y España”, la religión recoge diversas características, si bien, se nombran las más destacadas:

- El libro sagrado, encargado de dar pautas que ayuden a encaminar la vida social y política, es el Corán.
- Existe la obligación o recomendación, dependiendo de la situación personal del fiel, de realizar la peregrinación a La Meca al menos una vez en la vida.
- Se deben rezar cinco oraciones, las cuales se encuentran distribuidas durante el día.
- Realizar el ayuno durante el mes de ramadán, mes sagrado para los fieles.

En la investigación realizada por Garzón (2018), donde habla de la integración de la mujer musulmana en las redes sociales, resumía el islam de la siguiente manera:

Centrándonos en el Islam, fue fundado a principios del siglo VII d.C en Arabia Saudí por el profeta Mahoma, un hecho que supuso la construcción de una nueva era, con nuevos principios y conceptos organizativos que afectaban tanto a la fe religiosa como a las normas de convivencia. Esta religión es la más joven de las

tres religiones monoteístas, siendo las otras dos el Cristianismo y el Judaísmo, y se basa, en una serie de revelaciones, que Mahoma anunció en la Meca, en la que proclamó que solo existía un Dios único, al que llamaron Alá, quien destaca en sus rasgos por ser todopoderoso y creador en la otra vida. Estas revelaciones fueron transmitidas a través del arcángel Gabriel. Para los musulmanes la Meca, Medina y la mezquita Al Aqsa en Jerusalén son unos lugares sagrados, de gran importancia para ellos y fuente de un gran respeto por su parte, siendo objeto de peregrinación para millones de musulmanes todos los años.

Las enseñanzas de Alá fueron escritas después de la muerte de Mahoma en lengua árabe, adoptando la forma y el nombre del Corán, que es la principal base de la religión musulmana. El Corán está escrito solo en árabe ya que es considerado palabra de Dios por lo que es auténtico solo en esa lengua.

Para los musulmanes en general, el Islam no solo es una religión sino una filosofía de vida. De esta religión, se derivan las diferentes conductas de un musulmán, es decir, desde que nacen, pasando por diferentes etapas de su vida y evolucionando como persona, es decir pasando por la educación, el matrimonio, los valores, la familia y la muerte. Por lo tanto, es un tipo de religión que se basa en guiar a las personas en todo lo que hagan regulando de esta manera sus vidas en todos los ámbitos. (p. 8)

Teniendo en cuenta toda esta información expuesta, a grandes rasgos, podemos decir que:

- Los seguidores o fieles del islam, al tratarse una religión monoteísta, tienen la creencia de que existe un solo Dios.
- Que su Dios es Alá, Mahoma es considerado el principal profeta de la religión y el Corán el libro de la religión musulmana que reúne y recoge todos los fundamentos de la creencia, así como las manifestaciones que Dios hizo a Mahoma.
- Finalmente, el islam es visto para los creyentes, aparte de como una religión, como una filosofía.

Una vez presentado el islam como religión, así como sus características más esenciales, es importante destacar que el movimiento islámico en España se puede clasificar de la siguiente manera. Según Losada (1995, pp 189-199), los fieles pueden ser:

- Musulmanes instalados: corresponden a la primera generación y no desean parecerse a los habitantes del país de acogida.
- Segunda generación: se adaptan a la cultura y valores de occidente sin rechazar sus orígenes y su cultura paterna o materna.
- Islamistas: no desean dejar su país de origen, les causa rechazo poder vivir en el extranjero por la posible pérdida de su identidad.

- Sociológicos: son musulmanes que se identifican más con el islam ligado a la cultura que con el islam religioso.

### **3.2. Comunidades Islámicas en España: Reconocimiento jurídico**

Hasta el 28 de junio de 1967, momento en el que se declara la primera Ley de Libertad Religiosa en España, los musulmanes que en aquel entonces vivían en España carecían de una ley que les permitiese crear organizaciones religiosas. Melilla, en 1968, fue la primera provincia en crear la primera Asociación Religiosa Islámica legal, pero no es hasta 1971 el momento en el que distintas organizaciones en toda España deciden unificarse y crear la Asociación Musulmana de España (Ruano, 2003).

Con esta nueva Ley y el fallecimiento de Franco, el régimen cae y la Constitución española de 1978 abre paso a un nuevo sistema de confesionalidad con aceptación hacia otras religiones. La iglesia es separada del Estado y se introduce la laicidad como término innovador para un país (Ruano, 2003).

El artículo 16 de la Constitución (1978), que viene recogido en la sección primera de los derechos fundamentales y de las libertades públicas, hace referencia al derecho al culto, religión e ideología. Garantiza la libertad de las creencias y la libertad de practicar cualquiera que fuese su religión o ideología.

Así mismo, nadie estaría obligado a confesar su creencia y tampoco podrá ser discriminado o rechazado por razones religiosas.

Su literalidad es la siguiente:

Se garantiza la libertad ideológica, religiosa y de culto de los individuos y las comunidades sin más limitación, en sus manifestaciones, que la necesaria para el mantenimiento del orden público protegido por la ley. Nadie podrá ser obligado a declarar sobre su ideología, religión o creencias.

Ninguna confesión tendrá carácter estatal. Los poderes públicos tendrán en cuenta las creencias religiosas de la sociedad española y mantendrán las consiguientes relaciones de cooperación con la Iglesia Católica y las demás confesiones. (BOE, 1978)

Según Jordán (1993), la Ley Orgánica de Libertad Religiosa de 1980 ha sido el verdadero hito en establecer un marco legal que garantizase la libertad de religión y culto en España.

Esto se debe a que, gracias a esta nueva norma, las Iglesias, Confesiones y Comunidades Religiosas, gozarían de personalidad jurídica.

En desarrollo del derecho fundamental de libertad religiosa consagrado en el citado precepto constitucional, el 5 de julio de 1980 se promulgó la Ley Orgánica 7/1980, de 5 de julio, de Libertad Religiosa. El art. 5 de la misma establece que las Iglesias, Confesiones y Comunidades religiosas, y sus Federaciones, gozarán de personalidad jurídica una vez inscritas en el correspondiente Registro público que, a tal efecto, se crea en el Ministerio de Justicia. La inscripción es, por tanto, constitutiva de la personalidad jurídica, y otorga a la Entidad religiosa un estatuto jurídico concreto. En cumplimiento de la Disposición Final de la Ley Orgánica de Libertad Religiosa, que autorizaba al Gobierno a dictar, a propuesta del Ministerio de Justicia, las disposiciones que sean necesarias para la organización y funcionamiento del Registro de Entidades Religiosas, el Ministerio de Justicia, de acuerdo con el dictamen del Consejo de Estado, y previa deliberación del Consejo de Ministros, propuso la correspondiente regulación del Registro, que fue aprobada por Real Decreto 142/ 1981, de 9 de enero, que regula la organización y funcionamiento del Registro de Entidades Religiosas, que tiene carácter de Registro General y Público y que depende de la Dirección General de Asuntos Religiosos. Tienen acceso al citado Registro las Iglesias, Confesiones y Comunidades Religiosas, las Órdenes, Congregaciones e Institutos religiosos, las Entidades asociativas religiosas constituidas como tales en el ordenamiento de las Iglesias y Confesiones, y sus respectivas Federaciones (art. 2). (Ruano, 2003, pp 476-477)

Aunque según Ruano (2003), si bien es cierto que esta nueva norma jurídica ampara la libertad ideológica, las entidades islámicas no comienzan a desarrollarse hasta el año 1997.

Dada la importancia que cobran las religiones en España, y gracias a la entrada en vigor de la Constitución española y la Ley Orgánica, se cree conveniente conocer cómo se encuentra el estado de las religiones en dicho territorio.

El Observatorio del Pluralismo Religioso en España estudia la situación en la que se encuentran las religiones en el ámbito nacional. Se trata de un instrumento de carácter público que estudia la diversidad de las creencias y ofrece datos de las necesidades que conectan la libertad religiosa con la vida pública (Fundación Pluralismo y Convivencia, s. f.).

La Fundación Pluralismo y Convivencia (s. f.), define su misión afirmando que:

La mejora de la gestión pública de la diversidad religiosa requiere disponer de información y diagnósticos sobre aspectos básicos relacionados con el hecho religioso en general y con la diversidad de creencias y las necesidades vinculadas

al ejercicio efectivo de la libertad religiosa en particular. En este ámbito se sitúa la principal contribución del Observatorio.

Sirviendo de apoyo a lo nombrado sobre el Observatorio del Pluralismo Religioso en España, Garzón (2018) ya apuntaba en el desarrollo de su investigación lo siguiente:

El Observatorio también intenta ser un portal de referencia para las comunidades religiosas y para aquellas personas que necesiten acercarse a esa pluralidad religiosa. Por lo que concierne al Islam en España, este observatorio estima que los musulmanes superan el millón de creyentes, debido a la inmigración procedente sobre todo del norte de África y sin olvidar que en este territorio ya existían musulmanes debido a las sucesivas luchas que hubo en el pasado para la conquista de España.

Detallando también el crecimiento sostenido del número de mezquitas y asociaciones de esta religión. En los años 90 existían dos federaciones: la Unión de Comunidades Islámicas de España (UCIDE) y la Federación Española de Entidades Religiosas Islámicas (FEERI). Ambas han impulsado estructuras federativas y de coordinación a lo de los años por las comunidades autónomas para que exista más igualdad y dinamismo. (pp 9-10)

Queda más que evidente que, desde la entrada en vigor de las normas jurídicas de este país que han regulado, gestionado y otorgado reconocimiento jurídico a las entidades religiosas, las creencias religiosas, así como sus fieles, se han visto amparados por la ley y en consecuencia poder ejercer su fe libremente.

### **3.3. Racismo**

Resulta conveniente partir desde la definición del término, con sus diferentes acepciones.

La Real Academia Española (s. f.), le concede tres acepciones:

1. m. Creencia que sostiene la superioridad de un grupo étnico sobre los demás, lo que conduce a la discriminación o persecución social.
2. m. Ideología o doctrina política basada en el racismo.
3. m. Discriminación basada en el racismo. Actos, episodios de racismo.

Esto nos lleva a hablar sobre dos aspectos:

- El primero de ellos, la creencia de una raza superior, la cual se piensa que las razas constituidas por personas blancas eran genéticamente mejores. Es decir, categorías de razas superiores e inferiores (Tembrás, 2022).
- Por otra parte, hablar y tratar el fenómeno de los discursos de odio que se encuentran entre la sociedad y que promueven enemistad, transmisión de prejuicios, visiones desvirtuada de la realidad y difamación, entre otros...

### 3.3.1. Raza aria

En el siglo XIX, según la Alianza Contra el Antigitanismo (2021), nacieron unas teorías impulsadas por los nacionalismos europeos basadas en el racismo científico y biológico. La ideología pseudocientífica que defendía esta vertiente decía que la raza humana es diferente por naturaleza, posicionando a algunas en rangos superiores y otras simplemente calificándolas de inferiores. Relacionaban la inteligencia a la raza, considerando a las personas blancas con mejores resultados y, por ende, transmitiendo una idea xenófoba en la que las razas inferiores debían estar sometidas. Estos pensamientos difundieron la idea de creencia colonial en la que defendían que las personas racializadas eran consideradas simplemente incivilizadas. Estas ideas trataron de justificar el uso de la esclavitud (Tembrás, 2022).

Según Tembrás (2022), no se puede determinar que científicamente seamos distintos por raza, sino por diferencias en nuestras características físicas. Así pues, dice:

¿Por qué hablamos de racismo si la raza no existe? La raza como concepto biológico o científico no existe ya que el ser humano por su origen común pertenece al mismo repertorio genético. Lo único que podemos afirmar desde un nivel biológico es que existen variaciones fenotípicas (color de piel, cabello, forma de los ojos, forma del cabello, complexión física, altura...), las cuales se encuentran plenamente marcadas por las estructuras de poder y dominación. Las personas que no se encuadren dentro del fenotipo de persona blanca se encontrarán atravesadas por la llamada racialización, por lo que el término adecuado para hablar de las personas que sufren la discriminación racial será racializado/a. (p. 21)

La Segunda Guerra Mundial marcó un antes y un después en todos estos pensamientos radicalizados, impulsando unos derechos humanos y el fin de actos ilegales y desconsiderados.

Aunque si bien es cierto que, por desgracia, no han dejado de existir estas prácticas, ideologías y pensamientos, ya que se pasa de un racismo científico a un racismo étnico.

En el desarrollo de la investigación que realiza Tembrás (2022), nombra a dos autores que hacen referencia a este cambio de terminología, Baker (1995) y Taguieff (2001), promotores del *racismo diferencialista*.

En dicho discurso encontramos una sustitución de la categoría raza por la categoría cultura, de la biologización por la culturalización, de la desigualdad biológica-científica racial por la diferencia cultural. Para estos autores, la defensa

de la pureza racial aparece reemplazada por una defensa de la homogeneidad cultural y de las identidades culturales mal llamadas auténticas, en nombre de las cuales se continúa promoviendo el pluralismo cultural de forma instrumentalizada con el objetivo de llevar a cabo un desarrollo separado de las culturas desde las que continuar promoviendo la dominación. Este cambio de paradigma es realmente una estrategia ideológica para encubrir su racismo, eludiendo la acusación de racismo y dotando a sus planteamientos de respetabilidad ante el descrédito científico e histórico. (Tembrás, 2022, p. 22)

### 3.3.2. Discursos de odio

La Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI), presenta una serie de recomendaciones que luchan contra el discurso de odio, consiguiendo identificar qué se considera y qué no dicho discurso.

En este sentido, la ECRI (2016) define el término de la siguiente manera:

El discurso de odio a efectos de la Recomendación debe entenderse como el uso de una o más formas de expresión específicas -por ejemplo, la defensa, promoción o instigación del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos o estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones- basada en una lista no exhaustiva de características personales o estados que incluyen la raza, color, idioma, religión o creencias, nacionalidad u origen nacional o étnico al igual que la ascendencia, edad, discapacidad, sexo, género, identidad de género y orientación sexual. (p. 18)

Lo que trata de explicar sobre el discurso de odio es que existen una serie de *expresiones* que son las encargadas de promover el odio y de estigmatizar a las personas, grupos culturales o etnias. Están relacionadas y se basan directamente con características que se relacionan a los aspectos más personales.

Aquí entra en juego un hecho importante que tiene relación con el tema expuesto y tratado en esta investigación. Las *expresiones*, tal y como dice la ECRI (2016), no han de ser únicamente transmitidas o verbalizadas por vía oral, sino que también son consideradas las publicaciones en diferentes medios de comunicación:

El término “expresión” a efectos de la Recomendación se refiere a los discursos orales y publicaciones en cualquiera de sus formas, incluyendo el uso de los medios electrónicos y su difusión y almacenamiento. El discurso de odio puede tomar forma oral o escrita o cualquier otra forma como pinturas, señales, símbolos, dibujos, música, obras de teatro o videos. También abarca el uso de conductas específicas como gestos para comunicar una idea, mensaje u opinión. (p.18)

La ECRI (2016), en este sentido, reconoce el grave problema al que se enfrenta la sociedad teniendo a su alrededor este tipo de discursos, puesto que en muchos casos incitan a otras personas a ser agresivos o cometer actos inconstitucionales, es decir, genera mayor ambiente de hostilidad entre la sociedad.

Otro de los aspectos a tener en cuenta en la incitación a la violencia que promueven estos discursos de odio, son las circunstancias concretas en las que se usa dicho discurso. Para estimar si existe o no riesgo, nombran diferentes aspectos a tener en cuenta, de entre los cuales se encuentran el medio para su difusión y la audiencia:

(a) el contexto en el que se utiliza la el discurso de odio en cuestión (especialmente si ya existen tensiones graves relacionadas con este discurso en la sociedad); (b) la capacidad que tiene la persona que emplea el discurso de odio para ejercer influencia sobre los demás (con motivo de ser por ejemplo un líder político, religioso o de una comunidad); (c) la naturaleza y contundencia del lenguaje empleado (si es provocativo y directo, si utiliza información engañosa, difusión de estereotipos negativos y estigmatización, o si es capaz por otros medios de incitar a la comisión de actos de violencia, intimidación, hostilidad o discriminación); (d) el contexto de los comentarios específicos (si son un hecho aislado o reiterado, o si se puede considerar que se equilibra con otras expresiones pronunciadas por la misma persona o por otras, especialmente durante el debate); (e) el medio utilizado (si puede o no provocar una respuesta inmediata de la audiencia como en un acto público en directo); y (f) la naturaleza de la audiencia (si tiene o no los medios para o si es propensa o susceptible de mezclarse en actos de violencia, intimidación, hostilidad o discriminación). (ECRI, 2016, p. 19)

### **3.4. Islamofobia**

La islamofobia puede ser definida de diferentes maneras. Por ejemplo, la Real Academia Española (s. f.), la define como “1. f. Aversión hacia el islam, los musulmanes o lo musulmán”. Otra definición parecida a la anterior sería el “prejuicio, odio o miedo de la religión del Islam o musulmanes” (ECRI, 2016, p. 16).

Sin embargo, el Consejo de Europa y el Comité sobre la eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial de la ONU, da una definición algo más amplia a lo que islamofobia se refiere. Dice: “una forma de racismo y xenofobia manifestada a través de la hostilidad, exclusión, rechazo y odio contra los musulmanes, sobre todo cuando la población musulmana es una minoría, algo que ocurre con mayor impacto en países occidentales” (ECRI, 2016; ONU 2016).

Según Grosfoguel (citado en Asociación Marroquí, 2022b), la islamofobia es una forma de rechazo, aversión y hostilidad hacia el Islam y todo lo relacionado con él (real o no, es decir, supuestamente relacionado, aunque no sea así) y hacia los Musulmanes/as, que en determinadas circunstancias puede combinarse con formas de intolerancia religiosa, de racismo, de xenofobia, etcétera, la cual se manifiesta en forma de prejuicios, discriminaciones, ofensas, agresiones y violencia. (Tembrás, 2022, p.24)

Se entiende con ello que la islamofobia es un racismo que va en contra de toda la fe, creencia, cultura... que gira en torno al mundo musulmán y árabe. Esto es un grave problema ya que consigue que se le atribuya una identidad inequívoca sobre la imagen o percepción que se construye sobre la población musulmana.

Según Tembrás (2022), de este término no se conoce el momento clave en el que comienza a surgir, lo que sí se puede considerar es que comienza a aparecer en novelas de origen francés de la época colonial y que su difusión aumenta en los años 90 con la publicación de un informe realizado por Runnymede Trust nombrado *Islamophobia: a challenge for us all* (Gómez, 2021). Tembrás (2022) añade que “la islamofobia se encuentra tipificada como una forma de racismo ya que en el imaginario social colonial occidental, el Islam se encuentra relacionado con las personas racializadas principalmente provenientes de países del Magreb, Máshrek y Sahel” (p. 24).

En la actualidad, este término ya no es una cuestión meramente social, sino que ha traspasado otras barreras como puede ser las instituciones, las políticas, los medios de comunicación... Los propios países cuyo origen o cultura no es la musulmana, contribuyen en la promoción de una imagen distorsionada de la realidad. Diferentes políticas como las migratorias o las antiterroristas, discursos que son aceptados y transmitidos a través de los medios de comunicación, son los responsables de transmitir diversos prejuicios (Tembrás, 2022).

La Asociación Marroquí para la Integración de Inmigrantes (2022), nombra una serie de peculiaridades que hablan sobre los actos violentos, pensamientos negativos y prejuicios que son transmitidos a través de la islamofobia, que se encuentran citados en la investigación de Gómez (2021) y que Tembrás (2022) rescata de la siguiente manera:

- La creencia de que el Islam es un bloque monolítico, estático, invariable y que no se adapta a las nuevas realidades (Asociación Marroquí, 2022b).
- La creencia de que el Islam es radicalmente distinto de otras religiones y culturas con las que no comparte valores o influencias (Gómez, 2021).

- La consideración de que el Islam es inferior a la cultura occidental, creando falsas dicotomías como Islam vs modernidad y, por tanto, asociándolo a lo primitivo, irracional, bárbaro y sexista (Gómez, 2021).
- Ver al Islam y a las personas Musulmanas como agresivas, hostiles, amenazantes, aliadas del terrorismo y del choque de civilizaciones y por tanto una amenaza para Occidente (Asociación Marroquí, 2022b) (Gómez, 2021).
- La idea de que las personas Musulmanas poseen una visión política conservadora y que defienden/legitiman todos los regímenes políticos o grupos que están relacionados, de algún modo distorsionado, con el Islam (observaciones en redes no documentadas).
- La justificación de prácticas discriminatorias y excluyentes hacia las personas Musulmanas (Asociación Marroquí, 2022b) (Gómez, 2021).
- La consideración de dicha hostilidad hacia las personas Musulmanas como algo natural y habitual (Asociación Marroquí, 2022b) (Gómez, 2021). (p. 26)

Todo esto nada más que hace es deconstruir la verdadera imagen por la que el islam rige su fe y es lo ya comentado en apartados anteriores, donde se explica que el islam se establece como una filosofía de vida que pretende mantener a la humanidad en paz y cerca los unos de los otros.

En España, la islamofobia está presente en nuestro día a día, por ejemplo, con el protocolo de *radicalización islamista*. Según Tembrás (2022), en Cataluña existen unos protocolos denominados PRODERAI cuyo fin es prevenir, detener e intervenir en los procesos de radicalización islámica en los centros educativos. Cuenta que:

el simple hecho de que un profesor posea una sospecha de que un alumno/a puede formar parte de un proceso de radicalización, abre un proceso que se transfiere a los Mossos d'Esquadra a través de una investigación. Algunos de los indicadores a los que se incita a prestar atención son comer carne halal en el comedor, no maquillarse, no pintarse las uñas, quitarse algún piercing o tatuaje, dejarse barba, bigote corto, pelo afeitado o, como João França (2017) expone, no celebrar la Navidad o Carnaval. (p. 26)

Esto supone un grave problema en la exclusión de los menores en el país. Crea una brecha entre los mismos muy grande, haciendo que se tengan que diferenciar entre ellos y no tengan el mismo trato.

Aun así, los datos hablan por sí solos, la fiscalía en el territorio español en 2015 solo pudo demostrar 12 expedientes relacionados con el extremismo entre los menores de los tantos que se denuncian diariamente por mínimas sospechas. Se constata que “en los últimos años se ha activado en las escuelas catalanas el PRODERAEV de media cada dos días y 300 veces han llamado para trasladar sospechas de la radicalización de algún niño o niña” (Tembrás, 2022, p. 27).

En este sentido existen numerosos ejemplos que crean una gran problemática a causa de estos protocolos que discriminan sin un verdadero fundamento. Protocolos que crean prejuicios y desigualdad dando lugar a la islamofobia, por la forma de vestir, por sentirse más como alimentándose de comida halal o por el mero hecho de llevar barba.

### **3.5. De lo analógico a lo digital: Redes Sociales**

El nuevo paradigma en el mundo de la comunicación es más que evidente, se ha pasado de la información impresa o radiada (*one to many*) a la información transmitida por red (*many to many*). Esta evidencia ya ha sido expresada y defendida por diversos expertos. Una revolución en el ámbito de la comunicación con la aparición de la web 2.0 que ha conseguido que la sociedad pueda crear, acceder y compartir información desde cualquier parte, así como expresar opiniones a través de los diferentes soportes (blogs, redes sociales...) (Fuentes y Arcila, 2023).

Que esto haya sucedido ha sido, en cierto aspecto, por la llegada de los teléfonos inteligentes (*smartphones*) y las redes sociales, que han facilitado la transmisión de información instantánea.

Sin embargo, algunos autores como Velasco y Rodríguez (2020) explican que no hay que tomar como epicentro las redes sociales como impulsadoras del nuevo paradigma, más bien hay que centrarse en las consecuencias que han supuesto los *smartphones* en el mundo de la comunicación (citado en Fuentes y Arcila, 2023).

Pero realmente esto es una combinación de piezas que encajan a la perfección. Las redes sociales descargadas como aplicaciones en los dispositivos móviles ponen en jaque este argumento, simplemente por el hecho de entender que gracias a las RR. SS. los usuarios se encuentran conectados y se convierten en directos destinatarios y transmisores de información. Son una vía esencial en el funcionamiento de este nuevo paradigma.

Según Fuentes y Arcila (2023), este nuevo paradigma comienza en 2016 y está basado en:

- a) el marco digital de la comunicación donde se produce una deslegitimación de los medios tradicionales de comunicación (Amorós García, 2019; Rúas Araújo, Mazaira y Rodríguez, 2018), b) la desinformación, donde viralidad de la noticia es más importante que la veracidad de la misma (Fuentes-Lara, 2021), c) marco narrativo donde el discurso de odio está dentro del discurso público (Velasco y

Rodríguez-Alarcón, 2020) y d) el discurso de securitización impregnado del miedo al otro iniciado tras los atentados del 11-S (porCausa, 2019). (pp 226-227)

Ahora bien, ¿qué entendemos por red social? Según la Real Academia Española (s. f.) hace alusión a:

Servicio de la sociedad de la información que ofrece a los usuarios una plataforma de comunicación a través de internet para que estos generen un perfil con sus datos personales, facilitando la creación de comunidades con base en criterios comunes y permitiendo la comunicación de sus usuarios, de modo que pueden interactuar mediante mensajes, compartir información, imágenes o vídeos, permitiendo que estas publicaciones sean accesibles de forma inmediata por todos los usuarios de su grupo.

Otra definición que resulta ser interesante y que puede arrojar luz a este desarrollo por la aportación que hace acerca de lo nombrado sobre el nuevo paradigma y las características de la web 2.0., es la definición que establece Gallego (2016):

Las redes sociales digitales son motores de cambio paradigmas comunicativos de nuestras sociedades a través de una de sus funciones esenciales: el proceso de resocialización que ha generado nuevos modelos, pautas y modos de pensar, sentir y actuar; encargados de construir la lógica social además de una nueva identidad individual, social y organizacional. Todo ello bajo la influencia directa de los principios y premisas de la filosofía de la Web 2.0: participación, cooperación, intercambio y retroalimentación. (pp 37-38)

Se entiende con ello que las RR. SS. son plataformas en la que un individuo va a interactuar con el resto de una sociedad, formando entre ellos comunidades ligadas a intereses particulares creando un sentimiento de unión de equipo.

Las redes sociales son el espacio idóneo para que el individuo pueda exponer sus aspiraciones, su cultura y su perspectiva y opiniones, es decir, aquí se entrecruzan muchos tipos de informaciones, de cómo los usuarios se observan, propagan la red, añaden nuevos amigos a sus vidas, publican y actualizan contenidos, los evalúan e intercambian tanto de opiniones como fotos o publicaciones, es decir, donde construyen su vida diaria como ser social para conectar con ciertas personas. (Garzón, 2018, pp 22-23)

Básicamente estos perfiles en las redes van a estar determinados por los lazos y los enlaces que se establecen con los demás miembros del grupo, la participación como usuario en el mismo, la instantaneidad de los mensajes y la propagación o alcance que estos mensajes puedan obtener.

### **3.5.1. Twitter**

Tras una aproximación inicial para dar definir las RR. SS., es importante para esta investigación entender en qué consiste y cómo funciona la red social que será objeto de estudio en este TFG.

Si bien no se encuentra una definición oficial, Candale (2017), lleva a entender Twitter como un servicio de mensajes instantáneos que tienen consideración y poseen propiedad y características de miniblogs.

Otros autores simplemente lo definen desde sus características y ventajas principales como, por ejemplo: “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” (Del Fresno García et al., 2015, p. 57).

Por ello entonces, se entiende que su principal objetivo es compartir y difundir información e ideas sobre los temas que resultan de interés al usuario o comunidad de usuarios.

Una vez el usuario haya creado su perfil, que puede ser privado o no, y forme parte de la comunidad de “tuiteros”, se encuentra con diversas funcionalidades:

- El principal y más conocido sería el tuit, el cual se entiende como “mensaje digital que se envía a través de la red social Twitter y que no puede rebasar un número limitado de caracteres” (Real Academia Española, s. f.). Desde este se transmite la información mediante idea, concepto u opinión que el usuario desea hacer. No necesariamente ha de ser transmitido mediante palabras, también se puede usar contenido multimedia como imágenes o vídeos.
- El número limitado, hasta 2017, estuvo restringido a 140 caracteres. En la actualidad se ha ampliado hasta los 280 y si el usuario quisiera añadir más información, existe la opción de usar los “hilos”. Por otra parte, esta limitación en la escritura ha creado que cambios en la escritura, proliferando el uso de abreviaciones, acortamientos de palabras, así como las faltas de signos de puntuación (Candale, 2017).

- Según Twitter (2021), “un hilo en Twitter es una serie de Tweets conectados de una misma persona. Los hilos te permiten conectar varios Tweets para proporcionar más contexto, una actualización o para ampliar una opinión”.
- Otro aspecto fundamental, responsable de tener un acceso directo a otros usuarios y mensajes difundidos, son los *hashtag* o etiquetas. Su función es identificar y clasificar los tuits. Se identifican con los temas populares (*trending topics*), mediante la almohadilla “#” y “expresa la actitud del hablante hacia la otra parte de la frase, completando la información proporcionada por esa y desempeñando un papel dialógico” (Candale, 2017, p. 12).
- *Retweets*: el usuario puede compartir el contenido de otros seguidores en su propia cuenta.
- Me gusta o *like*: mediante este se expresa el acuerdo a opiniones escritas por otros usuarios e indica que hay interés en la información o idea expuesta.
- Al igual que se puede seguir a otros usuarios con los que se identifique o haya afinidad, se puede mencionarles y responderles mediante el tuit.
- Interactuar con los usuarios mediante mensajes directos, los cuales son privados y otorgan privacidad.
- Listas: permiten priorizar, gestionar y organizar los tuits que aparecen en la cronología. Las puede crear el propio usuario o inscribirse en otras ya creadas por otros.

Con ello se puede deducir que es una red social en la que prima la transmisión de ideas y conceptos en pocas líneas, rápidos y eficaces, así como la conexión constante entre usuarios. Finalmente, según Fuentes y Arcila (2023), Twitter fue una de las primeras redes sociales en crear mayor influencia mediática entre los usuarios después de Facebook.

#### **4. Justificación del tema**

En la última década el impacto que las redes sociales han tenido sobre la islamofobia se ha visto reflejado en un aumentado de los delitos de odio. Por ejemplo, según la Asociación Marroquí para la Integración de Inmigrantes (2022), encargada de estudiar los delitos de odio ligados a la cultura y religión islámica, en 2021 extrajeron datos a partir del “Informe sobre Delitos de Odio en España” elaborado por la Oficina Nacional

de Lucha contra los Delitos de Odio (2021) y concluyeron que se produjo un aumento al alza del 28,62%:

Las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad han registrado un total de 1802 hechos, siendo 1724 investigados como delitos de odio y 78 como infracciones administrativas y de otro tipo. Dichas infracciones penales suponen un aumento en torno al 5,63%. Al comparar estos datos con los recogidos en el ejercicio anterior (2020), se confirma la tendencia al alza (28,62%). (p. 29)

En comunicación, la nueva era está influyendo en la manera en que la sociedad tiende a comunicarse, recibir y entender la información sobre diversos temas (Bauman, 2013). En esto, se ve influenciada la manera de entender y relacionarse con las redes sociales.

Según Chomsky (2018), cada vez más se está creando una sociedad en la que existe una brecha creciente, separada por la polarización de ideas y valores, entre los que es posible encontrar discursos xenófobos y racistas. En la actualidad, los asuntos que puedan llegar a crear más controversia entre la población tienen que ver con el género, la migración y el cambio climático (Fuentes, 2021)

España es uno de los países que más musulmanes acoge. Concretamente, según la UCIDE y el Observatorio Andalusí (2022), hay 2.091.656 musulmanes viviendo en España de los 1.800 millones de practicantes en el mundo (Acnur, 2017).

En España la inmigración de personas de origen magrebí creció y se multiplicó por diez entre los años 1998 a 2005 (Khader, 2006).

Varios son los posibles motivos por los que el islam se puede encontrar en el punto de mira entre la población y los medios de comunicación. Uno podría ser la inmigración y el aumento de personas musulmanas en países del resto del mundo, donde la religión musulmana no es la imperante, como por ejemplo en Europa o América. Otro motivo que invita a estudiar el aumento de la islamofobia en las redes sociales durante los últimos años son los ataques terroristas organizados por grupos extremistas.

Los actos llevados a cabo por yihadistas como pueden ser la caída de las Torres Gemelas en 2001, el atentado contra Charlie Hebdo en 2015 o los atentados sucedidos en Barcelona y Cambrils en 2017, han desarrollado una opinión global negativa que identifica el islam como terror y extremismo. Así lo demuestra un estudio realizado en dos fases entre 2007 y 2011, por el *PewResearchCenter* (2017), donde se les preguntó a 1001 personas de la

comunidad musulmana en Estados Unidos, si después de la caída de las Torres Gemelas, la percepción sobre los musulmanes era diferente.

En España, pasa exactamente lo mismo, los musulmanes sufren discriminación puesto que entre el 30% y el 40% de los españoles tiene una percepción negativa sobre la religión musulmana (Reinares, 2022).

Esta visión negativa se ha visto amplificada por factores políticos, por los propios medios de comunicación y por grupos de interés que, de acuerdo con su ideología, han impulsado los prejuicios y estereotipos que giran en torno a los musulmanes. Según Elías (2018), este hecho en cierta parte se ha visto alimentado por las RR. SS., puesto que los usuarios detrás del discurso de odio pueden mantener el anonimato, al mismo tiempo que algunos medios más identificados con la extrema derecha e incentivados por partidos políticos facilitan la propagación de este discurso.

Desrués (2010) denuncia que los medios de comunicación normalizan los discursos de odio e islamofobia, creando una opinión basada en una mirada negativa, simplista y falsa.

En este sentido, las redes sociales están demonizando las comunidades musulmanas, al construir una percepción negativa y estigmatizante a través de la islamofobia. Son la vía y el enlace perfecto hacia la manipulación y la transmisión de información errónea (Civila et al., 2020).

Por otra parte, a causa del racismo y los discursos a favor de la islamofobia, los musulmanes tienen dificultades en su integración como colectivo en los diferentes países. Las RR. SS. entorpecen y dificultan la integración de estos en la sociedad (Civila et al., 2020).

La comunidad musulmana se encuentra con grandes dificultades y es la diana perfecta contra la que crear discursos de odio. Es por ello que este trabajo de fin de grado (TFG) se va a centrar en la islamofobia que sufren los musulmanes en las redes sociales, analizando los discursos negativos y los estereotipos que se difunden, propagan y refuerzan a través de las distintas plataformas, más concretamente en Twitter. Se espera que los resultados extraídos de esta investigación contribuyan a una mejor comprensión del fenómeno de la islamofobia en las RR. SS., promoviendo la adopción de políticas que contribuyan a su desaparición.

#### **4.1. Objetivos del TFG**

El objetivo general de este TFG es analizar el fenómeno de la islamofobia en la red social de Twitter, prestando especial atención a los discursos de odio.

Para alcanzar el objetivo general, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los principales estereotipos y prejuicios que se difunden en Twitter sobre la población musulmana y su relación con la islamofobia.
- Analizar cómo se difunde y amplifica la islamofobia en las redes sociales.
- Proponer posibles recomendaciones para contrarrestar la islamofobia en línea.

#### **4.2. Metodologías desarrolladas y aplicadas en el desarrollo de los objetivos**

Presentar una metodología adecuada, ayudará a realizar y desarrollar un análisis exhaustivo y a dar respuesta y alcanzar la consecución de los objetivos planteados. Por ello, para este TFG se utilizará como técnica de investigación el análisis de contenido, una herramienta útil para conocer la imagen y la representación social que se construye de la población musulmana en Twitter, identificando los estereotipos, entendidos como una idea preconcebida, y prejuicios asociados generalmente con connotaciones negativas.

Frente a otras técnicas, algunas de las principales ventajas que reúne son:

- Permite identificar patrones y temas recurrentes: según Krippendorff (2013), una de las principales ventajas del análisis de contenido es que permite identificar patrones y temas recurrentes en grandes cantidades de datos.
- Ofrece una visión profunda de las actitudes y opiniones de los usuarios: según Neuendorf (2016), el análisis de contenido puede proporcionar una visión profunda de las actitudes, opiniones y creencias de los usuarios de las redes sociales.
- Es una herramienta útil para analizar contenido multimedia: según Zhang y Colleagues (2019), el análisis de contenido también es una herramienta útil para analizar contenido multimedia, como imágenes, vídeos y memes.
- Es una técnica flexible: según Weber (1990), el análisis de contenido es flexible porque se puede aplicar a diferentes tipos de datos y contextos de investigación. Se puede utilizar para analizar tanto publicaciones en las redes sociales como discursos políticos, noticias o documentos oficiales.

- Puede ser automatizado: según Riffe, Lacy y Fico (2014), el análisis de contenido también puede ser automatizado mediante el uso de software especializado, lo que permite analizar grandes cantidades de datos.

Se examinará una cuenta en Twitter, la cual después de una investigación entre diversas cuentas, tiene una relación directa con la islamofobia, el racismo, los musulmanes, el islam... bien porque difunda mensajes propios en contra de ello o porque difunda mensajes de otros usuarios en su propio perfil.

El objetivo sería identificar patrones y temas recurrentes en la representación de esta comunidad en línea y categorizarlos según diferentes dimensiones, como el contenido de la publicación, el tono utilizado, el contexto en el que se comparte, entre otros aspectos relevantes.

Para utilizar esta técnica, se aplican los siguientes pasos:

- Definir la muestra: escoger una cuenta de usuario en la que se puedan hallar mensajes difundidos que incluyan términos relacionados con el islam y los musulmanes.
- Crear un protocolo de análisis: establecer un conjunto de categorías y subcategorías para analizar la muestra de publicaciones. Estas categorías podrían incluir los estereotipos y prejuicios más comunes asociados a los musulmanes como, por ejemplo, *terrorismo*, *fanatismo religioso*, *opresión a las mujeres*, entre otros...
- Interpretación de resultados: una vez que se ha categorizado toda la muestra, se procede a analizar los datos obtenidos para identificar los patrones y temas recurrentes en la representación de los musulmanes en las redes sociales y los estereotipos y prejuicios más comunes asociados a esta comunidad.

El análisis de contenido ayudará a analizar y comprender la perspectiva que se tiene de los musulmanes y la islamofobia en las RR. SS. A grandes rasgos, es una técnica bastante fiable, cuya finalidad es obtener una mayor comprensión del comportamiento de los usuarios, a través de los mensajes que publican, contribuyendo así al desarrollo de posibles estrategias y soluciones para abordar la islamofobia en línea.

#### **4.2.1. Diseño de la muestra**

Para identificar la cuenta de usuario y diseñar la muestra de contenidos a analizar en esta investigación sobre la islamofobia en Twitter, la población objeto de estudio será la española, si bien no se persigue una generalización estadística de los resultados obtenidos.

Para la selección de tuits se usará un muestreo aleatorio simple, previa identificación mediante hashtags o palabras clave relacionadas con el tema propuesto, de la cuenta de usuario escogida y del rango de fechas establecido.

Se considerará la proporción de tuits que estén escritos en lengua castellana, ya que es el idioma principal utilizado por la población española en Twitter. Esto asegurará que los contenidos analizados sean relevantes para profundizar en el tema elegido.

Se aplican criterios de selección claros para evitar sesgos en la muestra:

1. Idioma: La muestra estará compuesta únicamente por tuits escritos en lengua castellana, con el objetivo de analizar los discursos de islamofobia en la población española en la plataforma de Twitter.
2. Geolocalización: La muestra estará compuesta por tuits publicados por la cuenta de Twitter escogida, cuya actividad se asocia principalmente con la población española, con el propósito de analizar los discursos de islamofobia en el contexto español en esta plataforma.
3. Fecha de publicación: Para este caso se define una línea temporal de tuits publicados entre enero y junio de 2023.
4. Palabras clave y hashtags: los tuits seleccionados contendrán palabras clave o hashtags que tengan una relación directa con la islamofobia, para así centrarse únicamente en lo que se desea analizar. Ejemplos de palabras clave: "islamofobia", "musulmanes", "discriminación religiosa", "yihad", "terroristas"...
5. El motor de búsqueda será la propia herramienta de búsqueda de Twitter, donde a través de la búsqueda avanzada se ha establecido una serie de criterios: ("moro" OR "moros" OR "islam" OR "islamismo" OR "yihad" OR "árabes" OR "árabe" OR "marroquí" OR "cultura" OR "valores" OR "islamismo" OR "yihadismo" OR "terroristas" OR "criminales" OR "asesino" OR "asesinos") (from:rubnpulido) lang:es until:2023-06-30 since:2023-01-01

Finalmente cabe destacar que, si bien esta técnica resulta relevante para este proyecto y su análisis, se intenta profundizar en el sentido y la interpretación que se hace de algunos mensajes concretos a partir de una muestra no representativa de los mensajes con contenido islamófobo que se publican en Twitter. Por otro lado, presenta una limitación clara al estudiarse una única cuenta de usuario.

#### 4.2.2. Libro de códigos

Para el análisis de contenido que se va a realizar sobre la islamofobia en Twitter, se elaboró un libro de códigos que sirva de hoja de ruta, ayudando a establecer una serie de normas que servirán de guía para estructurar y categorizar la información.

Para dicho tema, la conformación de los códigos clasificará distintos discursos y comportamientos islamofóbicos que se puedan dar y se encuentren presentes en dicha red social.

### Libro de Códigos

<b>Cuenta</b>
<b>Fecha de publicación</b>
<b>Recursos</b>
Tuit escrito por el propio usuario
Retuit, me gusta, mención sobre otros usuarios
Multimedia (fotos, vídeos, <i>GIF</i> ...)
<b>Interacciones</b> (que recibe la publicación)
Número de comentarios
Número de <i>retweet</i>
Número de me gustas
Número de citas (permite twittear el Tweet de otra persona y agregar tu propio comentario)

Número elementos guardados (veces que otro usuario ha guardado el tuit)			
<b>Reproducciones</b>			
Se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto.			
<b>Análisis del discurso</b>			
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Definición</b>	<b>Ejemplo</b>
C1	Estereotipos negativos	Promueven estereotipos negativos sobre los musulmanes, su cultura o religión.	<i>“Los musulmanes son todos unos terroristas”</i>
C2	Discurso de odio	Lenguaje ofensivo, amenazas, incitación al odio contra los musulmanes.	<i>“Deberíamos expulsar a todos los musulmanes”</i>
C3	Desinformación y propaganda	Difusión de información falsa, antiislámica o conspiración.	<i>“El islam busca dominar el mundo y es una religión violenta”</i>
C4	Victimización y discriminación	Comportamientos discriminatorios hacia los musulmanes (acoso, exclusión, negación de derechos).	<i>“No se debería permitir que se estudiara su religión en nuestras escuelas”</i>

Tabla 1. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

## 5. Desarrollo del trabajo: análisis del contenido

El análisis realizado sobre los mensajes y discursos que se difunden sobre la islamofobia en Twitter se centra en la cuenta de usuario de Rubén Pulido (@rubnpulido).

Después de realizar una investigación en la red sobre quién es, así como analizar su breve biografía en Twitter, podemos decir que es nativo de la ciudad de Jerez de la Frontera (Cádiz), nacido en 1985 con 38 años, es un empresario andaluz que, según indica, participó durante 10 años en las Fuerzas Armadas.



Imagen 5.1. Nota. Perfil de Twitter @rubnpulido. Fuente: Twitter.com

Además de sus antecedentes militares, ha participado en política siendo afiliado al partido ultraderechista VOX. Es conocido por su colaboración activa en el partido y por mantener un rol mediático dentro de este. Ha sido exjefe de prensa de VOX Andalucía y ex número dos del partido en Sevilla.

Según indica él mismo, es experto en materia geopolítica. Esto mismo le ha llevado a participar continuamente en el periódico digital La Gaceta de la Iberosfera que, tras realizar una búsqueda sobre el mismo, es un diario adquirido por VOX a través de la Fundación Disenso, organización privada fundada en 2020 cuyo fundador principal es Santiago Abascal.

También se le relaciona con el periódico digital Okdiario, fundado por Eduardo Inda y con una línea editorial conservadora, cercana a las posiciones política de la extrema derecha española.

Es importante destacar que, en la plataforma de Twitter, donde actualmente posee 74.500 seguidores, publica y comparte información a diario, comparte mensajes xenófobos, ha realizado comparaciones polémicas como, por ejemplo, identificar a los catalanes como

nazis o manipular declaraciones de Pedro Sánchez y Pablo Iglesias, apoyando las propuestas de Santiago Abascal y Ortega Smith.

En comparación con otras redes sociales, en Twitter tiene una gran predisposición por publicar información, sus intervenciones en los medios e interactuar con sus seguidores diariamente.

En esta misma red social, según diversos periódicos, en 2018 estuvo siguiendo los pasos, intimidando y enviando “mensajes amenazantes” al portavoz y activista de FACUA por los derechos de los consumidores, Rubén Sánchez.

Por otra parte, según los periódicos El Español y El Plural (2019) ha sido condenado a cinco meses de prisión por “calumniar” y difamar a funcionarios de Andorra.

En resumen, es un empresario con experiencia militar que ha desempeñado roles políticos dentro de VOX. Se puede decir también que usa la red social Twitter para crear polémica, compartir comentarios xenófobos y difundir ideas relacionadas con la ultraderecha.

### **5.1 Análisis del contenido: discurso islamóforo**

A continuación, se presentará una serie de tuits publicados por Rubén a través de su cuenta de usuario *@rubnpulido* donde se analiza la existencia de discurso islamóforo en su perfil, también se tendrá en cuenta los mensajes difundidos por él mismo pero que no necesariamente sea él el autor del mensaje.

Cabe recordar brevemente que el periodo comprendido de estos tuits, según lo establecido en el diseño de la investigación, va desde enero a junio de 2023 y para la extracción de los tuits deseados, se utiliza la herramienta de búsqueda avanzada de Twitter donde se establecen los siguientes parámetros:

- ("moro" OR "moros" OR "islam" OR "islamismo" OR "yihad" OR "árabes" OR "árabe" OR "marroquí" OR "cultura" OR "valores" OR "islamismo" OR "yihadismo" OR "terroristas" OR "criminales" OR "asesino" OR "asesinos")  
(from:rubnpulido) lang:es until:2023-06-30 since:2023-01-01
- Mediante los anteriores parámetros se extraen un total de 46 tuits, de los cuales 8 han sido los analizados. Esto se debe a que, pudiendo obtener resultados xenófobos o discriminatorios, no todos hacen alusión directa al islam.

**ENERO**

**ANÁLISIS DEL TUIT N.º 1**

Cuenta
@rubnpulido
Fecha de publicación
12/01/2023
Recursos
<p>Tuit escrito por el propio usuario.</p> <p> <b>Rubén Pulido</b> ✓ @rubnpulido</p> <p>El caballo de Troya está en marcha y Occidente se pierde en el buenismo. Atacando la religión de nuestros padres y por otro lado programando clases de Islam en los institutos.</p> <p>Un musulman rezando en público es respetado, un católico rezando el rosario en el bus es un beato.</p> <p>9:16 p. m. · 12 ene. 2023 · <b>10,1 mil</b> Reproducciones</p> <hr/> <p>349 Retweets 2 Citas 770 Me gusta 2 Elementos guardados</p> <p>Imagen 5.2. Nota. Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com</p>
Interacciones (que recibe la publicación)
Número de comentarios: 7
Número de <i>retweet</i> : 349
Número de me gustas: 770
Número de citas: 2

Número elementos guardados: 2

### Reproducciones

(se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)

10,1 mil

### Análisis del discurso

Código	Descripción	Definición
C1	Estereotipos negativos	<p>Establece una comparación entre situaciones que se pueden dar en el islam y el catolicismo, indicando que se respetan más las expresiones de religiosidad musulmana en el espacio público que las católicas.</p> <p>Se insinúa que existe un trato injusto y desfavorable hacia la religión cristiana y se promueve un estereotipo negativo sobre la enseñanza del islam en las instituciones educativas.</p> <p>Al mismo tiempo, afirma que la religión islámica es la causante en la pérdida de identidad cultural en Occidente y que esta, ataca a la religión cristiana.</p> <p>Estas comparaciones donde se pretende indicar que existe una desigualdad en las prácticas religiosas y que se desvaloriza una frente a la otra, refuerza una visión estereotipada en la que se posiciona al islam como preferido o privilegiado en comparación a otras religiones.</p>
C2	Discurso de odio	<p>Sin la existencia de amenazas explícitas, refuerza un discurso de odio cuando insinúa que occidente se pierde en el “buenismo” y al establecer una jerarquía entre la aceptación de un musulmán rezando en público y la supuesta desaprobación de un católico rezando el rosario en un lugar público.</p> <p>Refuerza la idea de que existe una amenaza o agresión hacia la religión cristiana y se asocia negativamente la presencia del islam en el ámbito educativo.</p> <p>Esto deriva en que la afirmación puede generar resentimiento y divisiones entre distintas comunidades religiosas, alimentando actitudes negativas y prejuicios.</p>
C4	Victimización y discriminación	<p>Sugiere cierta victimización y discriminación al afirmar, por ejemplo, que un católico rezando el rosario en un autobús es considerado un “beato”, indicándolo de manera despectiva.</p>

		Alzando la identidad musulmana de la manera en la que la expone, pretende implicar una actitud discriminatoria y exclusiva que va dirigida hacia la religión católica, insinuando que no se respeta ni valora su práctica religiosa.
--	--	--

Tabla 2. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

## ANÁLISIS DEL TUIT N.º 2

<b>Cuenta</b>
@rubnpulido
<b>Fecha de publicación</b>
19/01/2023
<b>Recursos</b>
Tuit escrito por el propio usuario.
<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p><b>Rubén Pulido</b> </p> <p>@rubnpulido</p> </div> <div style="margin-left: auto; text-align: right;"> <p>...</p> </div> </div> <p>Quando Roma aceptó la presencia de mercenarios bárbaros en sus fronteras, empezó su imparable declive. Cuando una infantilizada Occidente permite la presencia de masas de musulmanes en sus fronteras, va camino de desdibujar sus señas de identidad y su cultura.</p> <p>¿Será imparable?</p> <p>1:11 a. m. · 19 ene. 2023 · <b>14,3 mil</b> Reproducciones</p> <hr/> <p><b>311</b> Retweets   <b>5</b> Citas   <b>830</b> Me gusta   <b>5</b> Elementos guardados</p>
Imagen 5.3. <i>Nota.</i> Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com
<b>Interacciones</b> (que recibe la publicación)
Número de comentarios: 26
Número de <i>retweet</i> : 311

Número de me gustas: 830		
Número de citas: 5		
Número elementos guardados: 5		
<b>Reproducciones</b> (se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)		
14,3 mil		
<b>Análisis del discurso</b>		
Código	Descripción	Definición
C1	Estereotipos negativos	<p>Este tuit transmite estereotipos negativos sobre los musulmanes al asociar su presencia en las fronteras de Occidente con el declive y la pérdida de identidad cultural.</p> <p>Los términos “bárbaros” y “masas de musulmanes”, al ser utilizados, perpetúan una visión sesgada, estereotipada y englobada que asocia al colectivo como una amenaza o una fuerza destructiva para Occidente.</p> <p>Estos términos son claramente deshumanizadores y desvalorizan a los musulmanes, contribuyendo a la creación de discriminación y prejuicios.</p>
C2	Discurso de odio	<p>Si bien el lenguaje usado no es explícitamente ofensivo o amenazante, su sentido implica una connotación y actitud negativa y despectiva hacia los musulmanes.</p> <p>Al indicar que su presencia en las fronteras amenaza las señas de identidad y cultura, se está creando una visión hostil ligada hacia el rechazo para con esta comunidad. Este tipo de mensajes puede generar odio y alimentar actitudes discriminatorias.</p>
C3	Desinformación y propaganda	<p>El tuit está difundiendo una idea la cual no posee un fundamento objetivo o evidencia en la que se pueda confiar al afirmar que los musulmanes están desdibujando las señas de identidad y cultura occidental. No proporciona datos ni fuentes concretas y verificables para respaldar su argumento.</p> <p>Contribuye a la propagación de ideas falsas y sesgadas, lo cual refuerza prejuicios y alimenta narrativas negativas hacia los musulmanes.</p>

Tabla 3. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

## ANÁLISIS DEL TUIT N.º 3

Cuenta
@rubnpulido
Fecha de publicación
25/01/2023
Recursos
<p>Tuit escrito por el propio usuario con publicación de imágenes.</p> <p> <b>Rubén Pulido</b>  <span>@rubnpulido</span> </p> <p>El Gobierno es responsable de cada ciudadano agredido sexualmente, gravemente herido o asesinado por un inmigrante ilegal al que permitió entrar en nuestro país.</p> <p>Sin descartar la posibilidad del atentado terrorista. Total, si eso de las pateras y el yihadismo es un bulo... ¿no?</p> <div data-bbox="288 1003 1305 1458"><p>ANDALUCÍA · CATALUÑA · COMUNIDAD VALENCIANA · GALICIA · ...</p><p><b>TERRORISMO</b> <b>El yihadista rapero detenido en Almería llegó a España a bordo de una patera</b></p><p><b>YIHADISMO &gt;</b> <b>La Policía desarticula en Barcelona una célula del ISIS con un retornado que pretendía atacar</b></p><p>GUERRA EN UCRAINA: HOY, EN DIRECTO</p><p>JUSTICIA - Dos libios y un marroquí <b>Los yihadistas detenidos en Barcelona llegaron a España en patera por Almería</b></p><p>INMIGRACIÓN ILEGAL Y YIHADISMO <b>Así llegó a Almería en patera uno de los financiadores de la célula yihadista argelina JAK-A</b></p><p>El juez les imputa un delito de integración en <a href="#">Frontex avisa a la Policía: hay "muchísimos" argelinos</a></p></div> <p>12:06 a. m. · 25 ene. 2023 · 5.940 Reproducciones</p> <p>142 Retweets 4 Citas 189 Me gusta 3 Elementos guardados</p> <p>Imagen 5.4. Nota. Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com</p>
Interacciones (que recibe la publicación)
Número de comentarios: 1
Número de <i>retweet</i> : 142
Número de me gustas: 189
Número de citas: 4

Número elementos guardados: 3		
<b>Reproducciones</b> (se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)		
5.940		
<b>Análisis del discurso</b>		
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Definición</b>
C2	Discurso de odio	El tweet contiene lenguaje ofensivo y una clara incitación al odio contra los inmigrantes ilegales, al responsabilizar al Gobierno por cualquier agresión sexual, lesión grave o asesinato cometido por ellos.  Además, se hace referencia a la posibilidad de un atentado terrorista, insinuando una conexión entre la inmigración ilegal y el yihadismo. Este discurso de odio se ve reforzado por la publicación de 4 titulares que van acompañados al tuit principal.
C3	Desinformación y propaganda	Los titulares añadidos como imagen al tuit sugieren una relación directa entre la llegada en patera de inmigrantes y el yihadismo, sin proporcionar pruebas concretas y difundiendo información que puede ser considerada falsa o sesgada, reforzando la propagación de desinformación y propaganda antiislámica o antiinmigrante.

Tabla 4. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

## FEBRERO

### ANÁLISIS DEL TUIT N.º 4

<b>Cuenta</b>
@rubnpulido
<b>Fecha de publicación</b>
08/02/2023
<b>Recursos</b>
Tuit escrito por el propio usuario con publicación de vídeo añadida.

 **Rubén Pulido** ✓  
@rubnpulido

📅 30-11-2022:

Yihadismo e inmigración ilegal.

🔪 Dos meses después un yihadista asesina a un sacristán en [#Algeciras](#) (Cádiz).



4:44 p. m. · 8 feb. 2023 · 5.862 Reproducciones

133 Retweets · 1 Cita · 162 Me gusta · 1 Elemento guardado

Imagen 5.5. Nota. Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com

### Interacciones

(que recibe la publicación)

Número de comentarios: 1

Número de *retweet*: 133

Número de me gustas: 162

Número de citas: 1

Número elementos guardados: 1

### Reproducciones

(se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)

5.862

<b>Análisis del discurso</b>		
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Definición</b>
C1	Estereotipos negativos	<p>Es un tuit relativamente corto pero con connotación negativa en lo que a los estereotipos se refiere.</p> <p>El término “yihadismo”, el cual se asocia a violencia y extremismo, podría estar reforzando un prejuicio negativo sobre el islam y los musulmanes al ser un concepto con el que se suele generalizar y atacar a esta comunidad.</p> <p>La “inmigración ilegal”, en relación con el tema del yihadismo, también posee implicaciones negativas y estigmatiza a las personas que buscan mejorar sus condiciones de vida a través de la migración.</p>
C2	Discurso de odio	El uso de estos términos genera un discurso de odio, el cual puede conllevar a actos de violencia al responsabilizar a los inmigrantes y los musulmanes de estar en el país.
C3	Desinformación y propaganda	Si bien nos basamos en la literalidad del tuit, se insinúa una relación causal entre el yihadismo y la inmigración ilegal que pretende transmitir al resto de usuarios una conexión directa.

Tabla 5. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

### ANÁLISIS DEL TUIT N.º 5

<b>Cuenta</b>
@rubnpulido
<b>Fecha de publicación</b>
09/02/2023
<b>Recursos</b>
Tuit escrito por el propio usuario con publicación de vídeo añadida.



Rubén Pulido   
@rubnpulido



El actual planteamiento de las ONG es el mayor enemigo de quienes realmente se hallan ante una situación compleja.

Han creado una vía de entrada para el mal, una vía de entrada para las clases medias, vividores y terroristas que, pagando a las mafias, financian la yihad.



11:30 a. m. · 9 feb. 2023 · 17,1 mil Reproducciones

298 Retweets 3 Citas 493 Me gusta 3 Elementos guardados

Imagen 5.6. Nota. Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com

### Interacciones (que recibe la publicación)

Número de comentarios: 8

Número de *retweet*: 298

Número de me gustas: 493

Número de citas: 3

Número elementos guardados: 3

### Reproducciones (se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)

17,1 mil

### Análisis del discurso

<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Definición</b>
C1	Estereotipos negativos	<p>Se promueven estereotipos negativos al asociar de manera generalizada a las personas migrantes con términos como “mal”, “vividores” y “terroristas”, implicando un prejuicio sobre un grupo amplio de personas sin fundamentos.</p> <p>Asocia la inmigración ilegal con la financiación de la yihad. Esto afecta directamente a la religión musulmana promoviendo la generalización del término.</p> <p>El término “yihad” tiene múltiples significados y connotaciones, su uso indiscriminado alimenta estereotipos negativos y promueve la islamofobia.</p>
C3	Desinformación y propaganda	<p>Se difunde una información falsa y se crea una narrativa que vincula a las ONG con actividades ilegales y peligrosas, fomentando el miedo hacia los inmigrantes y las organizaciones humanitarias.</p> <p>Ante este tipo de cuestiones es verdaderamente importante realizar un análisis crítico basado en evidencias al querer tratar un tema tan sensible como este. La descontextualización de conjeturas infundadas puede generar un clima de hostilidad y contribuir a la estigmatización.</p>

Tabla 6. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

**MARZO**

**ANÁLISIS DEL TUIT N.º 6**

<b>Cuenta</b>
@rubnpulido
<b>Fecha de publicación</b>
08/03/2023
<b>Recursos</b>
Tuit escrito por el propio usuario con publicación de imagen añadida.

 **Rubén Pulido**   
@rubnpulido

Esta es la consecuencia directa de seguir abogando por una Europa de fronteras abiertas. Dinero que no solo financia a estas redes delictivas. También la Yihad obtiene su 'cuota revolucionaria'. Políticas buenistas que financian el terrorismo islámico.

**LA GACETA**   
DE LA TELEVISIÓN

PORTADA ESPAÑA SOCIEDAD EUROPA ESTADOS UNIDOS MUNDO ECONOMÍA OPINIÓN EDITORIALES IDEAS ENTREVISTAS

EN TRASLADOS DE ILEGALES A EUROPA

### El rentable negocio del tráfico de inmigrantes: las mafias se embolsan más de 1.500 millones



11:25 a. m. - 8 mar. 2023 - 4.813 Reproducciones

243 Retweets 371 Me gusta 3 Elementos guardados

Imagen 5.7. Nota. Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com

#### Interacciones

(que recibe la publicación)

Número de comentarios: 1

Número de *retweet*: 243

Número de me gustas: 371

Número de citas: 0

Número elementos guardados: 3

#### Reproducciones

(se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)

4.813

Análisis del discurso		
Código	Descripción	Definición
C3	Desinformación y propaganda	El tuit plantea una conexión directa entre la política de fronteras abiertas en Europa, el financiamiento de redes delictivas y el supuesto respaldo financiero al terrorismo islámico. Esta afirmación se enmarca en la difusión de información falsa y potencialmente conspiratoria, al asociar políticas migratorias con la financiación del terrorismo islámico sin fundamentos sólidos.

Tabla 7. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

**ABRIL**

**ANÁLISIS DEL TUIT N.º 7**

Cuenta
@rubnpulido
Fecha de publicación
19/04/2023
Recursos
Tuit escrito por el propio usuario.
 <b>Rubén Pulido</b>  @rubnpulido
<p>Campañas públicas que blanquean el uso del hiyab, programas educativos para la inclusión del Islam en las aulas, subvenciones estatales, autonómicas y locales para la apertura y conservación de mezquitas. Esto no es integración, esto es sustitución.</p> <p>12:15 a. m. - 19 abr. 2023 · 6.357 Reproducciones</p> <hr/> <p>273 Retweets   2 Citas   470 Me gusta</p>
<p>Imagen 5.8. <i>Nota.</i> Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com</p>
Interacciones
(que recibe la publicación)
Número de comentarios: 6

Número de <i>retweet</i> : 273		
Número de me gustas: 470		
Número de citas: 2		
Número elementos guardados: 0		
<b>Reproducciones</b>		
(se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)		
6.357		
<b>Análisis del discurso</b>		
Código	Descripción	Definición
C1	Estereotipos negativos	<p>Plantea una visión negativa sobre las campañas públicas que promueven el uso del hiyab, los programas educativos para la inclusión del islam en los centros educativos o las subvenciones para las mezquitas.</p> <p>Término como “blanquear” y “sustitución” generan una mala percepción sobre estas iniciativas, dando a entender que no se trata de integración, sino de una supuesta sustitución de la cultura o religión dominante.</p> <p>Por ello, una vez más, promueve estereotipos negativos sobre el islam y la comunidad musulmana.</p>
C3	Desinformación y propaganda	<p>El contenido del tuit puede considerarse desinformación, ya que realmente no está presentando unos datos concretos ni una evidencia que respalde su afirmación.</p> <p>Por otra parte, el uso de “sustitución” sugiere un discurso conspiranoico donde se quiere insinuar que hay una especie de agenda oculta detrás de todas estas iniciativas ligadas al islam.</p> <p>Esto contribuye a difundir información falsa y promover a su vez una visión negativa y antiislámica.</p>

Tabla 8. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

## MAYO

Durante el mes de mayo, no se han identificado tuits específicos relacionados con la islamofobia, que es el enfoque principal de la investigación. Sin embargo, se han encontrado tuits que abordan el tema del racismo hacia las personas procedentes del Magreb, particularmente de Marruecos, en relación con la inmigración y los delitos atribuidos a las personas procedentes de estos países.

Este tipo de tuit, que también se han encontrado en los demás meses analizados, parece enfocarse sobre la percepción negativa de ciertos grupos de inmigrantes y pueden reflejar prejuicios raciales o estereotipos negativos.

Es importante destacar que el análisis se centra en el contexto de la islamofobia y cómo este es manifestado en la plataforma de Twitter, por lo que estos tuits relacionados con el racismo y la inmigración podrían ser de interés adicional para comprender la actitud general que tiene este usuario hacia los migrantes provenientes de países árabes.

## JUNIO

### ANÁLISIS DEL TUIT N.º 8

Cuenta
@rubnpulido
Fecha de publicación
21/06/2023
Recursos
Tuit escrito por el propio usuario con tono irónico en el que responde a otro miembro (Jorge) que defiende que los inmigrantes también han de tener derecho a una mejor vida.



**Jorge Rojas Rodríguez** @jorgerojas2022 · 20 jun. ...

Huyen de sus países de origen para salvar sus vidas, tienen derechos, aportan con su diversidad, conocimientos y capacidades en los países de llegada.

Hoy es el día internacional de las personas refugiadas.

Ya son más de 100 millones en el mundo.



UNHCR, the UN Refugee Agency y 2 más



**Rubén Pulido** ✓  
@rubnpulido ...

Jorge, ¿estás avalando que la gente viaje desde África a Europa en barcasas como si de ganado se tratase, jugándose la vida en muchos casos y tras pasar por pagos a redes criminales que financian la Yihad islámica? ¿Estás defendiendo eso, Jorge?

1:18 p. m. · 21 jun. 2023 · 6.067 Reproducciones

64 Retweets 438 Me gusta 1 Elemento guardado

Imagen 5.9. Nota. Tuit @rubnpulido. Fuente: Twitter.com

### Interacciones

(que recibe la publicación)

Número de comentarios: 6

Número de *retweet*: 64

Número de me gustas: 438		
Número de citas: 0		
Número elementos guardados: 1		
<b>Reproducciones</b> (se establece como la cantidad de veces que ese tuit ha sido visto)		
6.067		
<b>Análisis del discurso</b>		
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>	<b>Definición</b>
C2	Discurso de odio	La asociación que se realiza sobre la supuesta conexión directa que hay entre la migración desde África a Europa financiando a la yihad, puede llegar a generar odio y estigmatización hacia los musulmanes, promoviendo perjuicios negativos.
C3	Desinformación y propaganda	El tuit difunde información que no ha sido verificada y puede ser falsa, relacionada con la financiación de la Yihad islámica por parte de redes criminales en el contexto de la migración desde África a Europa. Esta información sin fundamentos puede alimentar la desinformación y propagar estereotipos negativos sobre los musulmanes y los migrantes.

Tabla 9. Libro de Códigos. Fuente: Elaboración propia.

## 6. Conclusiones

El mundo se puede entender como una sociedad global en la que todos los países comparten un hilo que los mantiene interconectados a pesar de las fronteras. En su contexto, las culturas, religiones, etnias, diversidad... comparten un único fin, mantenerse vivas siendo respetadas y respetando a las demás.

Entendiendo que el mundo es global, los movimientos migratorios han impulsado una realidad multicultural y diversa en la que se encuentran diferentes formas de pensar, creencias y tradiciones. Sin embargo, esto ha generado tensiones y desafíos, entre los que se encuentra la islamofobia.

Esta investigación analiza el fenómeno de la islamofobia en las redes sociales, más concretamente en la plataforma de Twitter y prestando atención a los discursos de odio.

Para ello, se ha completado un análisis de contenido sobre una cuenta de Twitter para la presencia de esos discursos.

En la cuenta analizado se ha podido observar la existencia de estereotipos, prejuicios y formas de difusión de la islamofobia. Durante su análisis, se han identificado varios estereotipos negativos asociados a los musulmanes. Abarcan desde la relación del islam con el terrorismo, la pérdida de identidad cultural en Occidente a causa del islam, hasta la desvalorización de la religión cristiana en comparación con el islam. Esta desvalorización consiste en victimizar una religión para prejuzgar o discriminar a otra, en este caso al islam.

Esto responde al primer objetivo, centrado en identificar los principales estereotipos y prejuicios que se difunden a través de Twitter sobre la población musulmana.

El segundo objetivo pretende analizar cómo se difunde y amplifica la islamofobia en dicha plataforma. Mediante el análisis de los tuits publicados por el usuario @rubnpulido, se constata la presencia de discurso islamóforo en su perfil.

Los mensajes publicados respondían en gran parte a la difusión de estereotipos, discursos de odio, desinformación y propaganda. Con ellos se generaban interacciones significativas, como la gran cantidad de *retuits*, me gusta, menciones o comentarios, lo que implica y da lugar a una amplificación y mayor difusión de la islamofobia en Twitter.

Este punto es importante para comprender cómo se difunde y se viraliza la islamofobia en las redes sociales, lo que puede obtener un impacto negativo en la percepción y tratamiento de la comunidad musulmana en la sociedad.

El tercer objetivo consiste en elaborar recomendaciones para contrarrestar la islamofobia en línea. Para ello, basándonos en el análisis de esta investigación, resulta fundamental abordar la islamofobia de manera activa. Algunas recomendaciones son:

- Fomentar la educación y la sensibilización, mediante la promoción de programas educativos que aborden la diversidad cultural y religiosa, así como la importancia de la convivencia pacífica y el respeto mutuo.
- Monitorizar y regular el discurso de odio en línea, mediante el diseño y aplicación de políticas y regulaciones más estrictas para detectar y eliminar contenidos

islamóforos y discursos de odio en las redes sociales, trabajando en colaboración con las plataformas y organizaciones relevantes.

- Promover el diálogo y el entendimiento interreligioso, proporcionando espacios de diálogo y encuentro entre diferentes comunidades religiosas, fomentando el respeto, la tolerancia y la comprensión mutua.
- Fortalecer la participación y representación de la comunidad musulmana, promoviendo una mayor inclusión y representación de la comunidad musulmana en diferentes ámbitos, lo que contribuirá a una mayor comprensión y reducción de estereotipos.

En cuanto a las limitaciones de este estudio, nos encontramos ante un análisis de mensajes con contenido islamóforo, pero en la que su muestra no es representativa, es decir, no se puede extrapolar los datos o generalizarse de manera confiable a toda la población por el número tan reducido de tuits analizados y por haberse centrado en un único usuario.

Es por eso que se espera que en el futuro esta investigación pueda abrir las puertas a otras tantas que profundicen en esta línea de una manera más exhaustiva, ya que el interés de este estudio reside en demostrar que efectivamente estos discursos existen y que su difusión en las redes contribuye a la discriminación por motivos religiosos y culturales.



## 7. Bibliografía

### - Listado de tuits analizados

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, abril 18). *Campañas públicas que blanquean el uso del hiyab, programas educativos para la inclusión del Islam en las aulas, subvenciones estatales* [Tweet]. Twitter.

<https://twitter.com/rubnpulido/status/1648450227463127043?s=20>

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, enero 12). *El caballo de Troya está en marcha y Occidente se pierde en el buenismo. Atacando la religión de nuestros padres* [Tweet].

Twitter. <https://twitter.com/rubnpulido/status/1613631117646512128?s=20>

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, enero 19). *Cuando Roma aceptó la presencia de mercenarios bárbaros en sus fronteras, empezó su imparable declive. Cuando una infantilizada Occidente permite* [Tweet]. Twitter.

<https://twitter.com/rubnpulido/status/1615864382965047296?s=20>

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, enero 24). *El Gobierno es responsable de cada ciudadano agredido sexualmente, gravemente herido o asesinado por un inmigrante ilegal al que permitió* [Tweet] [Imágenes adjuntas]. Twitter.

<https://twitter.com/rubnpulido/status/1618022565481705474?s=20>

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, febrero 8). 📅 30-11-2022: *Yihadismo e inmigración ilegal.* 🗿 *Dos meses después un yihadista asesina a un sacristán en #Algeciras (Cádiz)*

[Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/rubnpulido/status/1623347106852241408?s=20>

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, febrero 9). *El actual planteamiento de las ONG es el mayor enemigo de quienes realmente se hallan ante una situación compleja. Han*

[Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/rubnpulido/status/1623630521640140803?s=20>

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, junio 21). *Jorge, ¿estás avalando que la gente viaje desde África a Europa en barcas como si de ganado se tratase, jugándose* [Tweet].

Twitter. <https://twitter.com/rubnpulido/status/1671477612047155202?s=20>

Pulido, R. [rubnpulido]. (2023, marzo 8). *Esta es la consecuencia directa de seguir abogando por una Europa de fronteras abiertas. Dinero que no solo financia a* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/rubnpulido/status/1633413580392464386?s=20>

- **Referencias**

Ahmed, L. (2017). *Women and gender in Islam: Historical roots of a modern debate*. Yale University Press.

Alianza contra el Antigitanismo. (2021). *Antigitanismo y crítica política: Ensayo contra el antigitanismo*. En I. Cortés, P. Caro, y M. End (Coords.), *Antigitanismo: trece miradas* (pp. 21–38). Traficantes de Sueños.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7887356>

Asociación Marroquí para la Integración de Inmigrantes. (2022). *Informe anual «Islamofobia: monitorización y análisis»*. <https://www.islamofobia.es/investigacion/>

Bauman, Z. (2013). *La globalización: Consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económica.

BOE-A-1978-31229 Constitución Española. (s. f.). Boe.es. Recuperado 11 de julio de 2023, de <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1978-31229>

Brown, J. A. (2019). *Mediating Islamophobia: Social media, civil society, and Islamic fundamentalism*. Lexington Books.

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.

Chomsky, Noah (2018). *La gente ya no cree en los hechos*, en *El País*. *Babelia* (10 de septiembre) [en línea]. Disponible en:

[https://elpais.com/cultura/2018/03/06/babelia/1520352987\\_936609.html](https://elpais.com/cultura/2018/03/06/babelia/1520352987_936609.html)

Civila, S., Romero, L. M., & Civila, A. (2020). The demonization of Islam through social media: A case study of #StopIslam in Instagram. *Publications*, 8(4), 52.

<https://doi.org/10.3390/publications8040052>

Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI), del Consejo de Europa, Secretaria General de Inmigración y Emigración del Ministerio de Empleo Y Seguridad Social, & Oficina de Interpretación de Lenguas del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. (2016). Recomendación General no 15 relativa a la lucha contra el discurso de odio y su Memorándum explicativo. [https://inclusion.seg-social.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento\\_0002.htm](https://inclusion.seg-social.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento_0002.htm)

de la Hoz, J. C. M. (2010). *El Islam y España*. Ediciones Rialp.

del Fresno García, M., Daly, A. J., & Supovitz, J. (2015). Desvelando climas de opinión por medio del Social Media Mining y Análisis de Redes Sociales en Twitter. El caso de los Common Core State Standards.. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 26(1), 53-75.

Deloitte. (2017). *Global Consumer Survey*. Recuperado de

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/tecnologia-media-telecomunicaciones/Deloitte-ES-TMT-Consumo-Movil-2017.pdf>

Desrues, T. (2010). Percepciones del Islam y de los musulmanes en los Medios de comunicación en España. 9.

Euro-Islam.info. (2019). *European Islamophobia Report 2018*.

<https://www.islamophobiaeurope.com/reports/2018-european-islamophobia-report/>

Espinar, J. G. (s. f.). Artículo 16 de la Constitución Española - libertad ideológica, religiosa y de culto - Fundación Acción Pro Derechos Humanos. *Derechoshumanos.net*. Recuperado 11 de julio de 2023, de

<https://www.derechoshumanos.net/constitucion/articulo16CE.htm>

European Union Agency for Fundamental Rights. (2018). *Second European Union Minorities and Discrimination Survey: Muslims - Selected findings*. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2811/0807>

Fuentes, C. (2021). Infancia, vulnerabilidad extrema y Covid 19. El caso de la infancia migrante. En Á. Espinosa, y S. Pérez (coords.), Cuadernos para el debate, 7. La infancia vulnerable en España: Riesgos y respuestas políticas ante la crisis de la Covid-19 (pp. 135-142). Unicef.

Fuentes, C., & Arcila, C. (Eds.). (2023). El discurso de odio islamóforo en las redes sociales. Un análisis de las actitudes ante la islamofobia en Twitter. Revista Mediterránea de Comunicación.

[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/130625/1/ReMedCom\\_14\\_01\\_16\\_ES.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/130625/1/ReMedCom_14_01_16_ES.pdf)

Fundación Pluralismo y Convivencia. (s. f.). El Observatorio. Observatorio del pluralismo religioso en España. Recuperado 16 de junio de 2023, de

[https://www.observatorioreligion.es/el\\_observatorio.html](https://www.observatorioreligion.es/el_observatorio.html)

Gallego, S. (2016). Redes Sociales Digitales: Información, Comunicación y Sociedad en el siglo XXI (2000-2010) [Universidad Complutense de Madrid].

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/44233/1/T39077.pdf>

Garzón, C. (2018). La Integración de la Mujer Musulmana en la Sociedad Actual: Análisis del Uso de Instagram. Universidad de Valladolid.

Gómez, D. (2021). Islamofobia: la construcción social de un prejuicio y su abordaje educativo: Revisión teórico-crítica y estado de la cuestión. Revista de Educación Social, 32, 1-21. Recuperado de: <https://eduso.net/res/revista/32/miscelanea/islamofobia-la-construccion-social-de-un-prejuicio-y-su-abordaje-educativo-revision-teorico-critica-y-estado-de-la-cuestion>

InfoAdex. (2022). Informe Anual de Inversión Publicitaria 2022.

Jackson, S. J., Bailey, M., & Foucault Welles, B. (2019). Islamophobia on Social Media: A Qualitative Analysis of the Facebook's Anti-Islamic Pages. Journal of Ethnic and Migration Studies, 45(7), 1101-1118. doi: 10.1080/1369183X.2018.1525389

Jordán, M. L. (1993). El derecho de libertad religiosa en la doctrina española. Ius Canonicum, 33(65), 47-60. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/16709>

- Khader, B. 2006. “Historia de las migraciones árabes y magrebíes hacia Europa”. *Historia contemporánea* 32: 51-71. Recuperado 3 de Junio de 2023, de <https://ojs.ehu.es/index.php/HC/article/view/4209>
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Sage Publications.
- La Gaceta de la Iberosfera. (s. f.). Gaceta.es. Recuperado 3 de julio de 2023, de <https://gaceta.es/author/ruben-pulido/>
- Losada, Teresa (1995): “Inmigración musulmana: restos humanos, culturales y religiosos”, en ABUMALHAM, Montserrat: *Comunidades islámicas en Europa*. Madrid, Trotta
- Neuendorf, K. A. (2016). *The content analysis guidebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Países musulmanes en el mundo - eACNUR. (s. f.). Eacnur.org. Recuperado 14 de junio de 2023, de <https://eacnur.org/es/actualidad/noticias/emergencias/paises-musulmanes-desde-africa-occidental-hasta-el-sudeste-asiatico>
- Pena, Y. (2019, abril 12). El dos de Vox por Sevilla también fue condenado por «calumniar» a funcionarios de Andorra. *El Español*. [https://www.elespanol.com/espana/tribunales/20190412/vox-sevilla-condenado-calumniar-funcionarios-andorra/390212473\\_0.html](https://www.elespanol.com/espana/tribunales/20190412/vox-sevilla-condenado-calumniar-funcionarios-andorra/390212473_0.html)
- Pérez, F. J. (2021). *Evolución de mensajes de odio en las redes sociales: Origen e Impacto* [Universidad Autónoma de Barcelona]. [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2021/tfg\\_393524/Informe\\_Final\\_TFG.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2021/tfg_393524/Informe_Final_TFG.pdf)
- Pew Research Center. (2017). U.S. Muslims concerned about their place in society, but continue to believe in the American Dream. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/07/26/u-s-muslims-concerned-about-their-place-in-society-but-continue-to-believe-in-the-american-dream/>
- Real Academia Española. (s. f.). *Islamofobia*. Diccionario de la Lengua Española. Recuperado 17 de junio de 2023, de <https://dle.rae.es/islamofobia>

- Real Academia Española. (s. f.). Racismo. Diccionario de la Lengua Española. Recuperado 16 de junio de 2023, de <https://dle.rae.es/racismo>
- Reicher, S. D., & Stott, C. J. T. (2011). Mad Mobs and Englishmen? Myths and realities of the 2011 riots. *British Journal of Criminology*, 51(3), 457-476. <https://doi.org/10.1093/bjc/azr024>
- Reinares, F. (2022, abril 27). Relacionando islamofobia con radicalización: percepciones, evidencias y enredos. Real Instituto Elcano. <https://www.realinstitutoelcano.org/blog/relacionando-islamofobia-con-radicalizacion-percepciones-evidencias-y-enredos/>
- Riffe, D., Lacy, S., & Fico, F. (2014). *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research* (3rd ed.). Routledge.
- Ruano-Espina, L. (2003). Derecho e Islam en España. *Ius canonicum*, 43(86), 465-543. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/6824>
- Rubén Pulido. (s. f.). Twitter. Recuperado 6 de 2023, de <https://twitter.com/rubnpulido>
- Sánchez, P. & Padilla, Graciela (2013): “La importancia del tratamiento de la religión en medios de comunicación. El caso del Islam en España”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol. 19, Núm. especial marzo, págs.: 449–457. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- Smith, J. I. (2018). *Islam in America*. Columbia University Press.
- Solís, R. (2018, junio 26). Un colaborador de OKdiario lleva meses avisando al portavoz de Facua de que sabe su recorrido diario. *lavozdelsur.es*. [https://www.lavozdelsur.es/actualidad/un-colaborador-de-okdiario-lleva-meses-avisando-al-portavoz-de-facua-de-que-sabe-su-recorrido-diario\\_75267\\_102.html](https://www.lavozdelsur.es/actualidad/un-colaborador-de-okdiario-lleva-meses-avisando-al-portavoz-de-facua-de-que-sabe-su-recorrido-diario_75267_102.html)
- Tembrás, L. (2022). La islamofobia en el Estado español: un análisis interseccional y decolonial [Universidade da Coruña]. <http://hdl.handle.net/2183/32384>
- Terradez, N. (2020). Tik Tok: una exploración sobre la difusión de los estereotipos sociales [Universidad de Valladolid]. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/42968>

Título I. De los derechos y deberes fundamentales - Constitución Española. (s. f.). Congreso.es. Recuperado 11 de julio de 2023, de <https://app.congreso.es/consti/constitucion/indice/titulos/articulos.jsp?ini=16&tipo=2>

Twitter. (2021, agosto 4). Cómo crear un hilo en Twitter. Twitter. <https://help.twitter.com/es/using-twitter/create-a-thread>

Unión de Comunidades Islámicas (UCIDE) y Observatorio Andalusí (2022). Estudio demográfico de la población Musulmana. UCIDE y Observatorio Andalusí. Recuperado de: <http://observatorio.hispanomuslim.es/estademograf.pdf>

Valenzuela, J. L. (2019, abril 13). El oscuro caso de un líder de Vox condenado a cinco meses de prisión. El Plural. [https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/el-oscuro-caso-de-un-lider-de-vox-condenado-a-cinco-meses-de-prision\\_214418102](https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/el-oscuro-caso-de-un-lider-de-vox-condenado-a-cinco-meses-de-prision_214418102)

Velasco, V., y Rodríguez-Alarcón, L. (2020). Nuevas narrativas migratorias para reemplazar el discurso del odio. Fundación por Causa.

Weber, R. P. (1990). Basic content analysis (2nd ed.). Sage Publications.

Zhang, K. Z. K., et al. (2019). Research in multimedia content analysis. In S. Wu et al. (Eds.), The Routledge Handbook of Chinese Media (pp. 171-190). Routledge.