

Evolución de los discursos de odio en la Red Social X durante el conflicto entre Israel y Hamás

Rafael Romero-Mejías

Alfonso Chaves-Montero¹

Pilar Blanco-Miguel

Belén Ríos-Vizcaíno

Universidad de Huelva

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo analizar la evolución de los discursos de odio en contextos de guerra y tregua en el conflicto armado entre Israel y Hamás. Para ello, se emplean herramientas de análisis de contenido y redes sociales con el fin de identificar patrones y cambios en la percepción pública hacia los bandos involucrados. Se analizaron tres periodos claves del conflicto: del 7 al 28 de octubre de 2023 (primer periodo); del 24 de noviembre al 1 de diciembre de 2023 (segundo periodo); y del 28 de febrero al 6 de marzo de 2024 (tercer periodo). La investigación utilizó *software* como Atlas.ti 24 para análisis de contenido, Gephi, para el análisis estructural de redes sociales, y Easy Web Data Scraper para la recopilación automatizada. En total, se recopilaron 351 tuits procesados con inteligencia artificial mediante Perplexity, lo que permitió identificar palabras repetidas asociadas a discursos hostiles. Los resultados indican una disminución significativa en los mensajes hostiles entre los periodos bélicos y el de tregua.

Palabras clave: *Discursos de odio - Red Social X - Islamofobia - Antisemitismo - Israel - Palestina.*

Evolution of hate speech on social network X during the war between Israel and Hamas

ABSTRACT

The present study aims to analyse the evolution of hate speech in contexts of war and truce in the armed conflict between Israel and Hamas. To this end, content analysis and social media tools are used to identify patterns and changes in public perception of the sides involved. Three key periods of the conflict were analysed: from 7 to 28 October 2023 (first period); from 24 November to 1 December 2023 (second period); and from 28 February to 6 March 2024 (third period). The research used software such as Atlas.ti 24 for content analysis, Gephi for structural analysis of social networks, and Easy Web Data Scraper for automated collection. In total, 351 tweets were collected and processed with artificial intelligence using Perplexity, which allowed for the identification of repeated words associated with hostile speech. The results indicate a significant decrease in hostile messages between the war and truce periods.

Key words: *Hate speech - Social Network X - Islamophobia - Antisemitism - Israel - Palestine.*

¹ *Contacto con los autores: Alfonso Chaves-Montero Dpto. Sociología, Trabajo Social y Salud Pública. Facultad de Trabajo Social de la Universidad de Huelva-Centro de Investigación COIDESO: Pensamiento Contemporáneo e Innovación para el Desarrollo Social, Huelva, España (alfonso.chaves@dstso.uhu.es)*

INTRODUCCIÓN

La historia de los estados de Israel y Palestina se encuentra repleta de episodios violentos y conflictividad, con numerosos ataques y periodos de guerra a lo largo de toda su historia. El origen histórico del conflicto puede situarse, según López (2021), en el año 1897 cuando, siguiendo la ideología sionista, se pretendía crear en Palestina un estado judío, ignorando que el territorio ya estaba habitado, para asegurar la supervivencia de la población judía y comenzando una ocupación cuya necesidad se torna más urgente tras el Holocausto (*Shoah* en su terminología hebrea) producido por parte del régimen Nazi durante la II Guerra Mundial, hasta que, en el año 1948, la ONU aprobó la división de Palestina en dos Estados: uno judío (Israel) y otro musulmán (Palestina), acontecimiento que sirve de caldo de cultivo para el inicio de una guerra debido al rechazo del pueblo palestino a esta decisión.

Desde entonces, Israel y Palestina han protagonizado numerosos enfrentamientos armados, pero la actualidad del conflicto resurgió cuando, durante el pasado año 2023, concretamente el día 7 de octubre durante la madrugada, las fuerzas milicianas palestinas de Hamás desataron un nuevo auge de violencia entre estos dos pueblos, con un ataque en el que, según Requena (2024), alrededor de 1.200 personas murieron en el territorio de Israel, impactando también a asistentes a un festival de música en las proximidades de la Franja de Gaza, así como otras 200 personas -entre civiles y soldados-, que fueron tomadas como rehenes.

Este ataque representó el peor sufrido por Israel desde su constitución como Estado en el año 1948. La magnitud del evento provocó en el país una significativa reacción política y social que culminó en una respuesta armada mediante el bombardeo de misiles.

El 27 de octubre de 2023, veinte días después del ataque inicial, Fuerzas de Defensa Israelí llevaron a cabo una incursión terrestre en la Franja de Gaza con el objetivo declarado de eliminar al grupo militar Hamás (Pons, 2024). Esta ofensiva resultó en más de 7.000 muertes, de entre las cuales más de 3.000 víctimas eran menores (Arciniegas, 2023).

Tras esta primera invasión terrestre israelí (27 de octubre de 2023) surgió una creciente preocupación internacional sobre las consecuencias humanitarias del conflicto. En respuesta a esta situación crítica, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó una resolución solicitando una tregua humanitaria

inmediata (AFP, 2023), bajo el objetivo de intercambiar personas retenidas.

Finalmente, esta tregua tuvo lugar durante un periodo limitado: entre el 24 y el 30 de noviembre de 2023. Durante este tiempo, Israel liberó 210 mujeres y menores palestinos detenidos mientras Hamás liberó a 97 personas cautivas en Gaza (Radio Televisión Española [RTVE], 2023).

A pesar de ello, las ofensivas han continuado y, dentro de ellas, se encuentra un nuevo punto de inflexión en el día 29 de febrero de 2024, cuando soldados israelíes dispararon acabando con la vida de 112 personas que esperaban en el norte de Gaza la llegada de un convoy de ayuda humanitaria, lo que provocó una nueva ola de condenas de estos actos por parte de las Naciones Unidas, la Comisión Europea y el Consejo Europeo (Charte, 2024).

A finales de 2024, más de un año después, esta incursión ha provocado la muerte de más de 40.000 personas y más de 100.000 personas han resultado heridas. Además, un 90% de la población de la franja de Gaza ha sido desplazada, incluso muchas de estas personas en más de 10 ocasiones, y gran parte de la infraestructura ha quedado destrozada (Agencia de la ONU para refugiados palestinos [UNRWA], 2024).

Estos eventos recientes han generado una ola de discursos de odio tanto hacia el bando israelí o la población judía como hacia el bando palestino o la población musulmana. En redes sociales como X (anteriormente denominada *Twitter*) estas narrativas reflejan justificaciones históricas o prejuicios actuales: desde referencias al genocidio sufrido por el pueblo judío por parte del nazismo (Elósegui, 2017) hasta estereotipos sobre terrorismo asociados al pueblo musulmán.

La red social X ha jugado un papel clave como medio para difundir información sobre conflictos bélicos contemporáneos. Cuentas populares como Descifrando la Guerra (@descifraguerra) han ganado relevancia al publicar contenido audiovisual atractivo sobre guerras como la actual entre Rusia y Ucrania o este conflicto específico (Ramos et al., 2023).

Teniendo en cuenta esta función y tres de los sucesos enmarcados en la guerra existente entre estos dos países, este estudio plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo varían los discursos de odio islamófobos y antisemitas en la red social X durante los diferentes periodos del conflicto entre Israel y Hamás, y qué factores sociopolíticos influyen en la intensidad y dirección de estos discursos? Esta pregunta busca analizar la evolución de los discursos de odio en contextos de guerra y

tregua, utilizando herramientas de análisis de contenido y redes sociales, para identificar patrones y cambios en la percepción pública hacia los bandos involucrados.

Para ello, se proponen como objetivos específicos, en primer lugar, analizar los *hashtags* #Palestina, #Israel, #Gaza y #Hamás entre el 07/10/23 y el 28/10/23; el 24/11/23 y el 30/11/23; y entre el 28/02/24 y el 02/03/24, y, en segundo lugar, comparar los componentes de odio en los discursos islamófobos y antisemitas en esta red social en el contexto actual de la guerra entre Israel y Hamás.

DISCURSOS DE ODIOS: ISLAMOFOBIA Y ANTISEMITISMO

Conceptualización y delimitación legal

El principal objeto de estudio de esta investigación se encuentra en los discursos de odio. Este concepto se puede definir, según Ramírez (2022), como una forma de comunicación basada en la promoción de actitudes violentas u ofensivas contra colectivos vulnerables o cualquier persona. Se caracteriza por su delimitación hacia un individuo o un grupo de individuos, es decir, no se extiende al odio hacia el ser humano en general; por la estigmatización de la persona o grupo de personas objetivo, a quien atribuye un conjunto de características negativas; y por el desplazamiento de las personas o grupo odiado fuera de la normalidad de la sociedad, considerando su presencia como hostil e inaceptable. Además, resulta clave a la hora de delimitar conceptualmente este tipo de discursos su capacidad de atentar contra la dignidad humana (Izquierdo, 2019).

En este sentido, Internet y la participación en las redes sociales han posibilitado el incremento de narrativas distintas de odio hacia una gran variedad de colectivos vulnerables, tales como personas refugiadas, migrantes o el colectivo LGTBIQ+. Esta retórica en medios en línea, junto a su transmisión a la vida cotidiana en forma de incidentes, violencia y delitos de odio, incrementan tanto la vulnerabilidad como la privación de derechos de las minorías mencionadas previamente, así como otras de diferente etnia o religión (Gualda, 2024). En este sentido, debido a la propia caracterización de estos discursos, realizado a través de actos de expresión o propaganda, no todos pueden ser sancionados como delitos, siendo para ello necesario pasar a un plano de conducta considerada delictiva, causando un mal no solo en la víctima

inmediata sino en el colectivo al que representa al completo (García Majado, 2022).

En lo referente a la temática que aborda esta investigación, destinada al análisis de discursos de odio, los que pueden ser más relevantes son, por un lado, el antisemitismo, definido como el repudio y la persecución a las personas de religión judía por motivos raciales y culturales (Santos, 2023) y, por otro lado, el concepto de islamofobia, que se puede definir como el rechazo hacia el islamismo y las personas de religión musulmana (González, 2022).

A su vez, para entender el fenómeno completo, se hace referencia, por el lado de aquellos discursos contra la población judía, al concepto de sionismo, el cual trata de un movimiento político cuyo objetivo se basa en la liberación del pueblo y la creación de un nuevo mundo judío (Cyjon, 2021). Esto se debe a la ideología, denominada "sionismo revisionista", que representa el partido Likud, del cual es líder el presidente de Israel, Benjamin Netanyahu, cuyos objetivos políticos ascienden a la creación de dicho estado judío a ambas orillas del río Jordán (Valcárcel, 2024).

Por el lado de la población musulmana se hace referencia al concepto de terrorismo, que queda definido según Pawlowska (2022: 191) como "una estrategia que involucra el uso de la violencia para obtener los fines políticos". Dentro de este último concepto, gran parte de estas acusaciones se realizan en contra de Hamás (acrónimo de *Harakat al-Muqawama al-Islamiya*, que se traduciría como Movimiento de Resistencia Islámica), una organización islamista palestina, considerada como terrorista por una gran cantidad de países, creada en el año 1987 en el seno de unas protestas para vengar la muerte por atropello de 4 personas palestinas cuando regresaban de sus puestos de trabajo, con el objetivo de luchar por la causa palestina (Priego, 2023).

De nuevo, aquí se encuentra otro punto de inflexión en el fenómeno de los discursos de odio y no es otro que el de la libertad de expresión, debido a que este se considera un derecho fundamental en la democracia, pero cabe dudar sobre si lo óptimo democráticamente es limitarlo, como es el caso de la jurisdicción europea; o no, como en Estados Unidos, a lo que se le debe sumar la complejidad de legislar en las redes sociales, en lugar de en canales tradicionales de comunicación (Díez, 2020).

En el caso concreto de Europa, cada país desarrolla independientemente sus derechos y libertades dentro de cada Constitución, en cada cual se incluye el derecho mencionado. En España, al contrario que en otros países del

continente, la legislación es algo más permisiva, a pesar de formularse bajo la protección de la dignidad frente a esta libertad de expresión.¹ Claro ejemplo de esto es en el panorama político, donde se encuentran partidos políticos que pretenden romper con el orden constitucional, como aquellos que buscan la independencia de Cataluña (Junts per Catalunya o Esquerra Republicana de Catalunya son algunos) u otros acusados de enaltecimiento del terrorismo, como el caso de Euskal Herria Bildu, debido al pluralismo político que se promueve en el artículo 1.1 de la Constitución. Sin embargo, en el caso de Estados Unidos, la libertad de expresión está protegida por la Primera Enmienda de su Constitución, en la cual se menciona que no se promulgará ninguna ley que recorte la libertad de expresión o de prensa, lo cual puede resultar escaso y confuso. El límite lo establecieron en actos o palabras que impliquen peligro inminente, aunque la tendencia es a mantener una legislación aún más permisiva que los países de Europa, basándose en que la incitación al odio no es una conducta a penar, solo castigando si, además de incitar al odio, se incita a la violencia (Grau, 2021).

En este último aspecto se denota una coincidencia entre el tratamiento legal de la libertad de expresión en Estados Unidos y en España, considerándose sobrepasado este derecho cuando la gravedad de la conducta sea suficiente como para que pueda provocar futuras agresiones contra la persona o el colectivo a causa de la hostilidad, el odio, la violencia o la discriminación, traduciéndose en riesgo real de acción posterior contra sus derechos fundamentales (García Domínguez, 2020).

En caso de considerar sobrepasados los límites, se debe apreciar la aparición de un nuevo concepto que marca la diferencia más importante con respecto a la libertad de expresión: los delitos de odio. Según Jiménez (2022), este concepto puede definirse como aquellos delitos cuya motivación está basada en los prejuicios que pueden tener las personas hacia ciertos colectivos vulnerables y está tipificado como delito en el artículo 510 de la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal español, con penas que pueden ir

desde los seis meses hasta los cuatro años de prisión y multa de seis a doce meses.

Causas y consecuencias de los discursos de odio

Se destaca que no existe un único motivo que origine la aparición de los discursos de odio, sino que se trata de un fenómeno multifactorial. Entre las motivaciones para el desarrollo de estos discursos pueden encontrarse los deseos relacionados con el poder (como sentirse fuerte y dominar a otras personas), imposición de la ideología, venganza y la práctica de la violencia, ya que se pueden comparar estos discursos con actos violentos, aunque se diferencian por desarrollarse principalmente en entornos digitales, si bien no es de la única manera, ya que su transmisión puede hacerse de forma oral, escrita o a través del comportamiento y mediante distintas formas de expresión como imágenes, memes, gestos, símbolos o cualquier manifestación que genere la humillación, acoso, estigmatización o estereotipación de una persona o un colectivo por motivos religiosos, de etnia, nacionalidad o género, entre otros (Santos et al. 2024).

Además, se encuentra una correlación positiva entre la victimización y el desarrollo de los discursos de odio, es decir, que las personas víctimas de estos discursos pueden utilizarlos en contra de sus personas agresoras o de otros grupos sociales como venganza por sus sentimientos de frustración, enfado o trato injusto (Wachs et al., 2022). De igual forma, Arcila et al. (2020) señalan que existe una relación entre un sentimiento de identidad nacional fuerte y el desarrollo de actitudes negativas hacia personas migrantes o de otras culturas, así como una relación entre la promoción de este tipo de discursos por parte de figuras relevantes y el aumento de mensajes de rechazo, discriminación, humillación, acoso, descrédito y estigmatización por parte de la población hacia colectivos altamente vulnerables y estereotipados.

Estos deseos y acciones tienen consecuencias que afectan a las personas y colectivos víctimas, por un lado, en lo psicológico, debido

¹ El derecho a la libertad de expresión en la Constitución Española queda recogido en el artículo 20.1.a) de la siguiente forma:

“1. Se reconocen y protegen los derechos:

a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción”.

a las implicaciones emocionales que pueden tener las amenazas y ataques por motivos de odio. En función de la dureza del discurso, la personalidad de cada víctima y dependiendo de la durabilidad de la victimización por discursos de odio, es decir, si es a corto, medio o largo plazo, las consecuencias pueden variar en estas personas víctimas, pudiendo sufrir alteraciones psicopatológicas como depresión, ansiedad, trastorno de estrés postraumático agudo (si los síntomas duran menos de tres meses), crónico (si duran más de tres meses) o de inicio demorado, si entre el suceso del que fueron víctimas y la aparición de los síntomas existe un lapso temporal de seis meses. Por otro lado, aparte de las consecuencias psicológicas, no deben pasarse por alto las consecuencias sociales, culturales y económicas de las personas víctimas, debido al daño que puede sufrir su dignidad y su reputación. Entre ellas, se observa la incompreensión del proceso y su sensación de deshumanización, así como el desconocimiento de los efectos, lo que genera un sentimiento de culpa y de rechazo social, al afectarles los estereotipos y prejuicios que se les aplican (Achutegui, 2017).

Sin embargo, como en todo fenómeno donde actúa más de una parte, no solo afectan las consecuencias a las víctimas, sino que quienes llevan a cabo los discursos pueden tener también consecuencias, de forma que los estereotipos, la estigmatización y la marginación de colectivos puede aumentar el sentimiento de pertenencia al grupo. Esto, a su vez, unido a la reducción de empatía y la deshumanización, serviría como justificación del aumento de la violencia y actos

discriminatorios por motivo de odio (Cabo y García, 2016).

Es entonces donde se hace visible un concepto relevante para entender este fenómeno: la otredad. Mediante este concepto se representa una realidad por la cual se tiende a observar a aquellas personas ajenas al grupo al que se pertenece (endogrupo) como personas totalmente distintas, al pertenecer a otro grupo distinto (exogrupo). Específicamente, dentro de los discursos de odio, las actitudes que se suelen tomar son en torno a la formación de una imagen del exogrupo como si se tratara de personas enemigas, a quienes atribuirles la culpa de todo lo que disgusta y se les desea lo peor, ya que su presencia amenaza la identidad y los valores del endogrupo (Izquierdo, 2019).

Se debe conocer que el discurso de odio no es un fenómeno aislado, sino que forma parte de una pirámide denominada "Pirámide del Odio" (véase figura 1). En la base, se encuentran las dimensiones cognitiva y emocional, donde se forman los prejuicios y los estereotipos, usados para discriminar a grupos sociales vulnerables y que conllevan el ascenso al segundo escalón, donde se encuentran la deshumanización y la estigmatización. Avanzando hacia un plano conductual y visible, se hallan los ya conocidos discursos de odio, que se suelen propagar a través de medios telemáticos y de información. La propagación de estos mensajes cargados de prejuicios acarrea una discriminación que puede derivar en violencia, bien sea contra propiedades y símbolos o directamente contra las personas de forma física que, si continúa avanzando, puede llegar a darse contra un colectivo entero, formando así la cima de la pirámide, con el genocidio.



Figura 1. Pirámide del odio. Fuente: Jiménez (2022).

Como puede observarse, la pirámide funciona en un modo ascendente de visibilidad, quedando en los escalones más bajos lo menos visible y arriba lo más visible, por tanto, puede entenderse, en lugar de como pirámide, como un iceberg, donde lo que no es visible representa la base de todo y conlleva una gran importancia a la hora de escalar ascendentemente en los fenómenos propiamente observables (Jiménez, 2022).

Creación y difusión de los discursos de odio

A pesar de toda la importancia que se le puede dar a los discursos de odio en base a todo lo precedente, resulta relevante destacar la autoría de estos discursos, ya que desde este punto se partiría para entender el fenómeno completo, encontrándose esta en cuentas de redes sociales con cierta vinculación, directa o indirectamente, con el fascismo, como se podrían destacar Hogar Social Madrid, ciertos partidos políticos de ideología ultraconservadora o grupos ultras de equipos de fútbol, así como otras con menor importancia como España 2000 o Alianza Nacional. Estas cuentas hallan en las redes sociales un método de difusión de su ideología bajo el objetivo de atacar a sus víctimas y captar personas que se les adhieran, si bien no todos los discursos de este tipo provienen de estas cuentas o similares, ya que se observa una tendencia también a raíz de otras cuentas que, bajo el refugio del anonimato que les pueden proporcionar las redes sociales, dedican su tiempo a compartirlos masivamente, principalmente con un contenido discriminatorio contra personas musulmanas, de etnia gitana u homosexuales, para llamar la atención y visibilizar estos mensajes (Cabo y García, 2016). Para ello, estas cuentas anónimas se dedican a probar la tolerancia que pueda existir en cada red con respecto a posiciones ideológicas ultraderechistas hasta que, si sucede, son bloqueadas por la propia red, aprovechando para reingresar con otro nuevo pseudónimo y continuar con sus mensajes virulentos, mientras que, en el camino, van creando una comunidad donde se comparten todo tipo de proclamas con las que se pretenden segregar y hostigar a quienes se consideran enemigos, generadas por estas cuentas y distribuidas por aquellas que las siguen con quienes, para una mayor cohesión e identidad, entablan diálogos cuando van respondiendo a los mensajes y contestan a las provocaciones que también promuevan (Noblia et al., 2022).

En este sentido, la red social X es en gran medida el lugar de acogida y distribución de estos discursos debido a su uso como método de información y de opinión, y la gran cantidad

de personas usuarias diariamente que contiene, entre quienes destacan personas del ámbito político y periodístico. La gravedad reside en el auge actual que están teniendo las redes sociales y la influencia que tienen sobre las personas usuarias y la formación de la opinión pública (especialmente en aquellos perfiles de nueva creación), ya que no existe una regulación de los contenidos que se pueden propagar (Amores et al., 2021).

DISEÑO METODOLÓGICO

La metodología empleada en esta investigación es de corte mixto, es decir, se combinan la metodología cualitativa, ya que el aspecto a estudiar es el discursivo y se puede obtener un mejor acercamiento a este mediante el análisis de datos no numéricos, y la metodología cuantitativa, para analizar de una forma más amplia las relaciones que se generan entre los fenómenos que se estudian.

En primer lugar, la metodología cualitativa se basa en el estudio del sentido y el significado de las representaciones sociales y los discursos, a través de un análisis de estos y su posterior interpretación, para obtener resultados de estudio (Pérez, 2002).

La técnica cualitativa aplicada en esta investigación es el análisis de contenido. Con ella se pretende analizar los *hashtags* #Palestina, #Israel, #Gaza y #Hamás en la red social X en momentos clave de la guerra entre Israel y Hamás para observar las distintas corrientes de discursos de odio en español hacia la población de religión musulmana y de religión judía respectivamente y su evolución dentro del contexto del conflicto.

Para este análisis, se utiliza el *software* Atlas.ti 24, con el cual se estudian dichos tuits y se codifican según se observen distintas variables de los discursos contra las personas que profesen la religión islámica o la judía.

En segundo lugar, la metodología cuantitativa, en contraposición con la cualitativa, se basa en el análisis de las relaciones causales mediante la recogida de la información proporcionada por datos estáticos (Canales, 2006).

Para la aplicación de esta metodología se utiliza el *software* Gephi, una herramienta que permite visualizar y analizar gráficos y sistemas complejos en busca de patrones y tendencias que puedan observarse de forma gráfica (Díez-Gutiérrez et al., 2022), empleando la técnica del análisis de redes sociales, que puede entenderse como una visión estructural centrada en las relaciones

entre actores, mediante la cual se pretende observar el efecto que tienen sobre las personas, los grupos sociales y la sociedad general (García Carrera, 2022).

Al trabajar con datos obtenidos a través de redes sociales, se hace visible una limitación inherente a su uso como es el sesgo de recopilación, debido, entre otros aspectos, a cuestiones demográficas, ya que la población que suele usarlas es más joven que la población general, además de la aparición de cuentas que difunden información falsa a propósito. Esto hace que los resultados que se obtienen sean distintos a los que se podrían haber obtenido estudiando la población general (Zuluaga, 2020).

El procedimiento empleado cuenta con 6 fases, como se puede ver en la figura 2, diferenciadas en: una primera fase de recopilación de tuits que contienen los *hashtags* #Palestina, #Israel, #Gaza y #Hamás en los tres periodos señalados como claves, es decir, desde el 07/10/23 hasta el 28/10/23 (primer periodo), con el primer ataque por parte de Hamás hasta la primera contraofensiva de Israel; desde el 24/11/23 hasta el 01/12/23 (segundo periodo) por la tregua humanitaria y el intercambio de personas cautivas entre ambos bandos; y desde el 28/02/24 hasta el 06/03/24 (tercer periodo), con el ataque israelí a las personas palestinas que recepcionaban el camión de alimentos de ayuda humanitaria en el norte de Gaza.

Con esta estrategia se persigue el objetivo de poder comparar la difusión de discursos de odio entre una ofensiva cometida por el bando palestino y otra por el bando israelí, así como durante el periodo de tregua establecido entre ambos ataques. Para ello, se seleccionan las fechas relativas a la duración temporal de cada suceso, pudiendo así captar el auge del debate surgido en X tras cada uno de ellos.

La segunda fase consta del refinado de estos tuits recopilados para descartar aquellos que no contienen discursos de odio. Este proceso fue realizado por parte de una persona investigadora y sin la intervención de ninguna herramienta de inteligencia artificial.

A esto le sigue una tercera fase de análisis cualitativo mediante la codificación en el *software* Atlas.ti. Para ello, se establecen

cuatro grupos de códigos, cada uno de ellos con sus códigos que permiten clasificar según el receptor del mensaje (Palestina o Israel), las palabras de odio que aparecen (islamofobia, antisemitismo, insultos a Palestina, insultos a Israel, genocidio contra Palestina y genocidio contra Israel), el emisor del mensaje (particular, entidad, prensa, político o *influencer*) y, por último, el país de emisión. A su vez, se crean dos grupos de documentos, permitiendo separar la información según si se trata de un periodo de guerra (primer y tercer periodo) o de tregua (segundo periodo), lo que permite un acercamiento de forma más accesible a la forma en la que se difunden los discursos de odio según sean periodos armados o no.

Es en este mismo programa donde se lleva a cabo la cuarta fase de análisis cualitativo mediante varias de las herramientas que contiene este programa, como son el análisis código-documento, mediante el cual se obtiene en qué medidas se observan los distintos grupos de códigos y códigos por cada periodo; la frecuencia de palabras, que permite conocer cuáles son las palabras de odio que más se han utilizado para difundir estos discursos; y el análisis de co-ocurrencia, que facilita averiguar desde qué países se difunden en mayor medida discursos contra cada bando o colectivo religioso.

Fuera de este programa se halla la quinta fase, donde se aplica la parte metodológica cuantitativa de esta investigación, que consta de la creación de tres grafos. En el primer grafo se relacionan los usuarios del tuit y los *hashtags* que utilizan en el mismo, en el segundo grafo se relacionan los usuarios con las palabras de odio utilizadas en los mensajes y, por último, en el tercer grafo se relacionan las palabras de odio utilizadas en los mensajes con los *hashtags* utilizados en cada tuit. Para este análisis cuantitativo se someterá a los datos obtenidos a un *software* de análisis de redes y visualización (Gephi), así como a un análisis estadístico.

Tras todo este proceso, se llega a la sexta y última fase metodológica, donde se recogen los resultados obtenidos mediante el proceso inductivo aplicado y se redactan en el siguiente apartado de este artículo.



Figura 2. Procedimiento metodológico del estudio. Fuente: Elaboración propia (2024).

Para recopilar todos estos tuits, se utiliza la herramienta Easy Web Data Scraper, con la cual se consiguen 7.889 tuits publicados durante el primer periodo establecido, 876 durante el segundo y 607 durante el tercero. Esta herramienta funciona de forma que permite extraer los contenidos que sean de interés mediante la imitación de una interacción entre una persona y un servidor

web (González-Peña et al., 2013). Una vez finalizada la extracción, se trasladan todos los datos recogidos a un documento en formato Excel y, mediante el uso de la Inteligencia Artificial, concretamente la herramienta Perplexity (Perplexity AI, 2024), con la cual se obtuvo una lista de aquellas palabras y expresiones que hacen mención al odio y que se muestran en la figura 3.



Figura 3. Nube de palabras. Fuente: Elaboración propia (2024).

Estrategias de análisis

La Inteligencia Artificial es una herramienta poderosa para identificar palabras de odio, pero es importante reconocer que puede cometer errores y sesgos, al igual que la humana. Para complementar tanto la labor de la IA como la humana se han tomado las siguientes medidas.

Para la IA:

- Primero, se han revisado manualmente los resultados por personas humanas para asegurarse de que las palabras o frases identificadas realmente constituyan discurso de odio.
- Segundo, entrenamiento de la IA proporcionando datos más diversos y representativos para reducir el sesgo.

Con respecto a la complementación de la labor humana las medidas son las siguientes:

- Primero, la implicación de varias personas en el proceso de revisión.
- Segundo, uso de herramientas tecnológicas que puedan ayudar a identificar patrones o tendencias que

podían pasar desapercibidos para los humanos, para este cometido se ha optado por *software* de análisis de texto que utilizan el procesamiento de lenguaje natural (NLP) que ayuden a detectar patrones del lenguaje.

En este análisis cualitativo, para determinar qué constituye un tuit con discurso de odio o simplemente es libertad de expresión, se toma en consideración que el mismo no degrada a la persona o colectivo en función de atributos como raza, religión, etnia, orientación sexual, discapacidad o género. Para ello es fundamental el análisis del contexto.

Algunos indicadores comunes de discurso de odio, desde la interpretación sociológica del concepto, pueden incluir:

1. Lenguaje despectivo o insultante: Usar palabras o frases que son claramente ofensivas o degradantes.
2. Incitación a la violencia: Mensajes que promueven o justifican la violencia contra individuos o grupos.
3. Deshumanización: Describir a personas o grupos como menos que humanos o compararlo con animales.

4. Estereotipos negativos: Promover ideas falsas o dañinas sobre un grupo basado en prejuicios.
5. Generalizaciones excesivas: Hacer afirmaciones amplias sobre un grupo entero basada en las acciones de unos pocos individuos.
6. Teorías de conspiración: Promover ideas falsas que sugieran que un grupo está involucrado en actividades secretas y maliciosas, pudiendo estas teorías alimentar el miedo y odio.
7. Negación de hechos históricos: Rechazar o minimizar eventos históricos significativos que afectaron a un grupo.
8. Atribución de culpa colectiva: Culpar a un grupo entero por las acciones de algunos miembros, lo que puede llevar a la estigmatización y discriminación.
9. Exclusión social: Promover la idea de que un grupo no pertenece a la sociedad o que debería ser excluido de ciertos derechos o privilegios.

A diferencia de su interpretación legal, cuyas características principales son su capacidad para causar daños mentales o emocionales de forma directa y sustancial, teniendo en cuenta su contenido, la manera de expresarse y su intención para poder catalogarlo así (Martínez-Brawley, 2024). Sin embargo, al tratarse de un estudio donde se cuenta con percepciones de la población al respecto de una situación concreta analizada, en lugar de las

repercusiones sobre su población diana, es la perspectiva sociológica de estos discursos la que se tiene en cuenta para definir su conceptualización como positiva o negativa.

En lo referente al análisis cuantitativo, dentro del *software* Gephi se utilizan dos indicadores de centralidad (Centralidad de Vector Propio o *Eigenvector* y *PageRank*) para construir y analizar cada grafo constituido. El indicador *Eigenvector* aporta información sobre la cantidad de vecinos que posee cada nodo y la importancia de cada uno de estos vecinos con los que se encuentran unidos, midiendo así la importancia de cada nodo, mientras que el indicador *PageRank* permite medir la importancia de distintos vértices dentro de la red (Díaz-Díaz et al., 2024).

Procedimientos técnicos

En el mismo documento en formato Excel en el que se recogen los tuits recopilados se realiza un refinado de todos ellos para guardar los que incluyen discurso de odio y descartar los que no lo incluyen. Del primer periodo, este refinado concluyó con, en un primer momento, 351 tuits, con un segundo refinado posterior que dio como resultado 306. Del segundo periodo resultaron 26 tuits y posteriormente en 23. Y del tercer periodo se obtuvieron 27 tuits, que finalmente acabarían siendo 22. De esta suma se obtiene un total de 351 tuits sumando los tres periodos (véase tabla 1).

Tabla 1.

Cuadro resumen del proceso de recopilación y refinado de tuits. Fuente: Elaboración propia (2024).

Periodos	Primer periodo	Segundo periodo	Tercer periodo
Fechas	Desde el 07/10/23 hasta el 28/10/23	Desde el 24/11/23 hasta el 01/12/23	Desde el 28/02/24 hasta el 06/03/24
Tuits Recopilados	7.889	876	607
Tuits de Odio	306	23	22
Porcentaje de Odio	3,9%	2,6%	3,6%

El resto de tuits que no cumplen los criterios desde esta perspectiva, enumerados anteriormente, se eliminan, además de otros que, en la última parte de este procedimiento, donde aquellos tuits seleccionados se trasladan a documentos en formato Word por cada periodo, se desechan por la imposibilidad de acceder al contenido, por un lado, debido a restricciones impuestas por las propias

personas usuarias (es decir, ajustes realizados en la privacidad de la cuenta entre la fase de recopilación y esta fase de filtrado, apenas observado con una frecuencia de 3 tuits), y por otro lado, por la eliminación de la cuenta, con una frecuencia similar, observada en 4 tuits. De igual forma, otros tuits quedan fuera en este segundo depurado por considerar no cumplidas las condiciones expuestas previamente, ya que

las palabras de odio no hacen referencia a ninguna de las partes incluidas en el conflicto, sino a otras personas públicas quienes se posicionan con respecto al conflicto o se expresan de alguna forma en relación a los sucesos que ocurren dentro de este. Concretamente, 9 tuits fueron desechados siguiendo esta razón.

Además, una gran cantidad de tuits se eliminaron del proceso, concretamente 36 de ellos, por observar en esta segunda revisión que no se encuentran encuadrados en discursos puramente de odio, sino en un contexto de defensa de la paz con palabras enfurecidas.

Finalmente, estos documentos resultantes en formato Word son introducidos en el *software* Atlas.ti para realizar el análisis de contenido de los discursos que se recogen por cada periodo y una posterior comparación entre los tres para observar de forma más clara la evolución.

Posteriormente, se realizan dos estudios del análisis de redes mediante la aplicación Gephi. Ambas redes son redes dirigidas, la primera está compuesta por los usuarios de la red X y los hashtags que ha usado en cada uno de los mensajes. Para la segunda red se usan los usuarios de la red X y las palabras de odio que han sido usadas.

En el primer estudio, se toman los hashtags más utilizados en los mensajes de odio y obtenemos el grafo 1 (figura 6), el segundo estudio se realiza para las palabras de odio, obteniéndose el grafo 2 (figura 7), y el tercer estudio para las palabras de odio y los hashtags utilizados.

Se utilizan fundamentalmente dos indicadores de centralidad (Centralidad de Vector Propio o *Eigenvector* y *PageRank*), las razones para elegir estos dos indicadores en el estudio son que, tanto *PageRank* como la Centralidad de vector propio, son indicadores que permiten identificar nodos influyentes dentro de la red. *PageRank* mide la importancia de un nodo basado en la cantidad y calidad de enlaces entrantes, lo que ayuda a identificar nodos que son prominentes en la difusión de la información. La Centralidad de Vector Propio, por otro lado, evalúa la influencia de un nodo considerando la importancia de sus conexiones, permitiendo identificar nodos que están conectados a otros nodos influyentes. Ambos indicadores ayudan a identificar nodos que juegan un papel crucial en la conectividad y difusión de información dentro de la red, lo que es esencial para entender cómo se propagan los discursos de odio. Por otra parte, permiten analizar la estructura de la red, identificando comunidades y nodos que actúan como puentes o *hubs*, lo que es vital para

comprender la dinámica de los discursos de odio.

Para obtener los resultados, se utilizan las herramientas propias del *software* Atlas.ti, concretamente el análisis código-documento para conocer qué códigos aparecen en mayor y menor medida en cada documento; la co-ocurrencia de códigos para analizar desde qué países se apoya mayoritariamente un bando o el otro; y la frecuencia de palabras, para profundizar en las palabras clave de cada tipo de discurso.

Garantías de validez

Para garantizar la validez de los análisis e interpretación de los datos, cada proceso se realiza un mínimo de dos veces mediante la participación de varias personas investigadoras, con el objetivo de evitar errores e incorrección en los datos. A la misma vez, se compagina la mano humana junto a *software* de procesamiento del lenguaje natural. De esta forma, se puede tener una mayor fiabilidad en los resultados obtenidos ya que se pueden observar los patrones que contribuyen a la difusión del odio de manera más sencilla.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Análisis de los discursos de odio islamófobos y antisemitas

Se puede observar (véase tabla 1), primeramente, el porcentaje de mensajes de odio de cada periodo, siendo de un 3,9% en el primero; 2,6% en el segundo; y 3,6% en el tercero, representando un mayor porcentaje en los periodos analizados pertenecientes a estados de guerra y un menor porcentaje en el periodo perteneciente a la tregua humanitaria.

Profundamente dentro de este análisis, se observa (véase tabla 2) que los discursos más reproducidos en los periodos de guerra (primer y tercer periodo analizado) van dirigidos hacia Israel (48,5%), seguido de discursos hacia Palestina (39,4%) y, con mucha menor frecuencia, hacia la población musulmana (6,7%), la población judía (2,7%) y hacia ambos bandos del conflicto (2,7%). Dentro de esta tendencia (véase tabla 3), los tipos de discursos de odio que más se observan son los insultos (33,8% hacia Israel y 19,4% hacia Palestina), mientras que la tendencia comienza a cambiar en el siguiente escalón y se posicionan con una mayor tendencia los discursos islamófobos (16,5%) antes que los antisemitas (15,2%) y los discursos sobre genocidio hacia la población palestina (11,8%) antes que aquellos hacia la población israelí (3,3%).

Tabla 2. Porcentaje de receptores de discursos de odio en periodo de guerra. Fuente: Elaboración propia (2024).

Receptores	Porcentaje
Israel	48,5%
Palestina	39,4%
Judíos	2,7%
Musulmanes	6,7%
Ambos	2,7%

Tabla 3. Porcentaje de tipos de discursos de odio en periodo de guerra. Fuente: Elaboración propia (2024).

Tipos de discursos de odio	Porcentaje
Antisemitismo	15,2%
Genocidio Israel	3,3%
Genocidio Palestina	11,8%
Insulto Israel	33,8%
Insulto Palestina	19,4%
Islamofobia	16,5%

La razón de esta tendencia es el contexto histórico en el que se sitúa esta guerra y los numerosos ataques por parte de Israel hacia la población y territorio palestino, sirviendo a menudo como laboratorio de pruebas de sus armas y su tecnología que, posteriormente, exportan a todo el mundo (Ramos, 2023). A su vez, otros sucesos como la Segunda Intifada en 2000; la invasión a Afganistán de 2001; las guerras de Irak y de Líbano, en 2003 y 2006 respectivamente; y la operación Margen Protector contra Hamás en el año 2014, sirvieron de caldo de cultivo con el que se generó un aumento en los discursos antisemitas y antisionistas en América Latina, al igual que mediante el auge de ideologías extremistas en Europa y Estados Unidos (Kersfeld, 2020).

Es en este momento donde se conoce una parte importante para comprender el fenómeno de

los discursos de odio al completo, ya que el análisis del país de procedencia de quienes emiten estos mensajes puede aportar información sobre un contexto de polarización política que puede influir en el crecimiento de estos discursos y generar aún más polarización social y política (Brändle et al., 2024).

Se observa que países como Argentina y Venezuela son de donde más se emiten mensajes contra Palestina, seguidos de otros países como República Dominicana, Ecuador, Perú y El Salvador. Asimismo, se observan España, México, Chile, Colombia y países de tradición islámica como Turquía, Argelia y Egipto, así como la propia Palestina, como aquellos donde más se emiten mensajes contra Israel (véase figura 4).

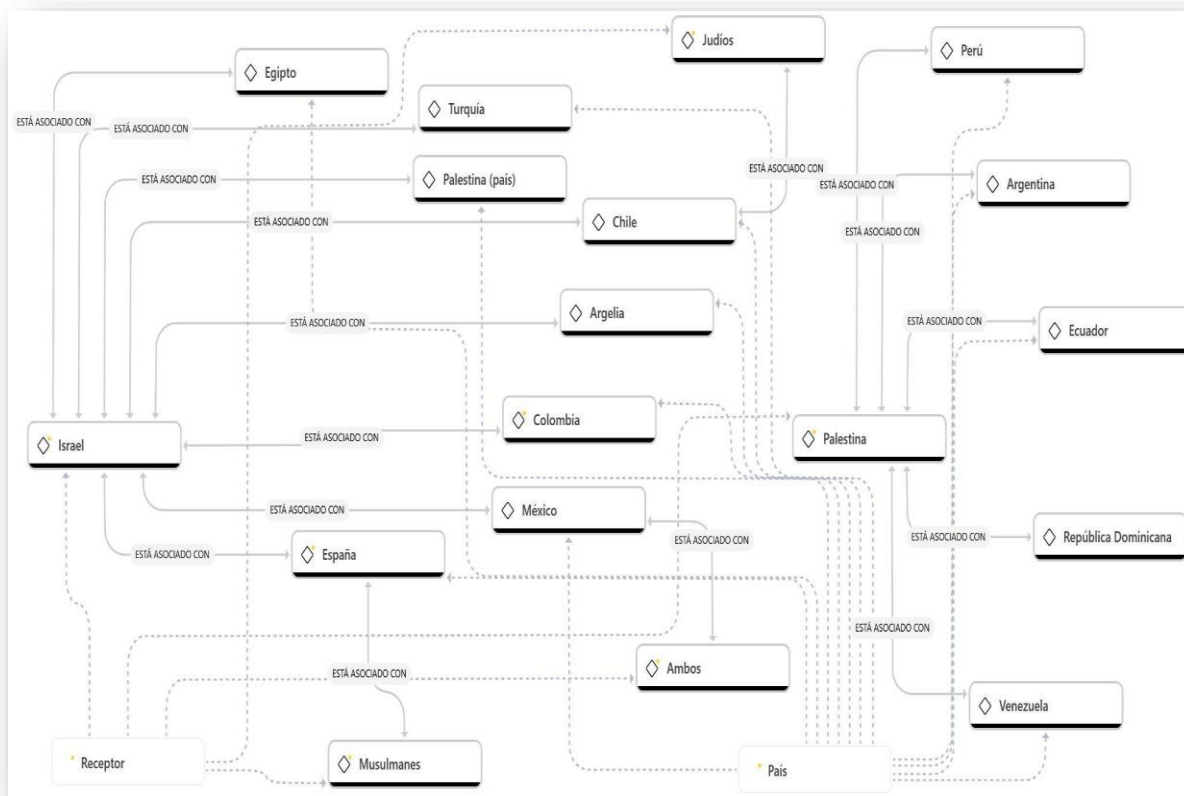


Figura 4. Red de códigos de emisores y receptores. Fuente: Elaboración propia (2024).

Por otro lado, si bien la amplia mayoría de los discursos emitidos desde España son contra Israel, representa el país desde donde más se emiten mensajes contra la población musulmana. Por su parte Chile, es el país desde donde más se publican mensajes contra la población judía y desde México donde se emiten mensajes de odio más neutrales, dirigidos hacia ambos bandos (véase figura 4).

De esta forma, haciendo una comparación entre los países desde donde se emiten los tuits analizados y las tendencias que se observan en sus gobiernos y líderes, se observa la existencia de una tendencia hacia el auge del populismo en algunos de los países desde donde se emiten principalmente discursos contra Palestina, como el caso de Argentina con el recién proclamado presidente Javier Milei, en El Salvador con Nayib Bukele o en Venezuela con el régimen autoritario electoral [es decir, según Lesgart (2020), un régimen que celebra elecciones de forma periódica para dar apariencia democrática nacional e internacional, mientras que quebranta normas

democráticas, ya que los partidos políticos de la oposición pierdensistemáticamente las elecciones] de Nicolás Maduro; así como otros con cierta inestabilidad política como Ecuador y República Dominicana, donde se sufrieron interrupciones irregulares de los mandatos electorales y, aún más, en Perú, a causa de la destitución de Pedro Castillo en diciembre de 2022.

De forma contraria, el panorama político de los países desde donde se emiten discursos contra Israel tiende a ser más estable y con un mayor desempeño de la democracia, como es principalmente el caso de Chile (Domínguez, 2024). Sin embargo, no se sigue la misma tendencia en los países mencionados de tradición islámica, donde sus gobiernos mantienen una predisposición creciente hacia el populismo y el autoritarismo por parte de dirigentes tecnócratas (Barreñada, 2023).

Se resalta también que, en parte, la causa del aumento en el número de tuits en algunos países se encuentra en aquellas cuentas que publican múltiples de estos. Concretamente,

Tabla 4. Porcentaje de discursos según periodo. Fuente: Elaboración propia (2024).

Tipos de Discurso	Primer Periodo	Segundo Periodo	Tercer Periodo
Antisemitismo	14,4%	15,2%	25%
Genocidio Israel	2,6%	6,5%	11,4%
Genocidio Palestina	12,4%	10,9%	4,5%
Insulto Israel	32,7%	34,8%	45,5%
Insulto Palestina	19,9%	23,9%	13,6%
Islamofobia	17,9%	8,7%	0%

Tabla 5. Porcentaje de receptores en el periodo de tregua humanitaria. Fuente: Elaboración propia (2024).

Receptores	Porcentaje
Israel	52%
Palestina	44%
Judíos	0%
Musulmanes	0%
Ambos	4%

Se puede ver que, además del descenso en el porcentaje de discursos de odio en este periodo, los discursos se encuentran menos radicalizados, yendo directamente hacia la población de los países inmersos en la guerra, sin aplicarlos hacia todo el colectivo religioso que representan, si bien se mantiene un amplio porcentaje de discursos sobre genocidio hacia Palestina como representación de una posición contraria a la tregua y a favor de acabar con el grupo Hamás.

Durante estos tres periodos analizados, se encuentran otros *hashtags* que también se emplean para difundir discursos de odio, entre ellos, aquellos con calificativos hacia alguno de los bandos, como *#HamasTerrorists* o *#IsraelGenocida*, que reclaman el cese de la guerra, como *#PalestinaLibre*, o que añaden otros conceptos alrededor de la guerra y sus acontecimientos, como *#GazaUnderAttack*, *#GenocideInGaza*, *#GuerraPalestinaIsrael*, *#HamasAttack* o *#Terrorismo* (véase figura 6).

El análisis de la red revela información crucial sobre los nodos que la componen. El nodo con el valor más alto de *PageRank* es *#ISRAEL*, con

un valor de 0.1305, lo que indica su prominencia en la red. Además, *#ISRAEL* también destaca en la centralidad de vector propio, alcanzando un valor de 1.0, lo que sugiere que es un nodo influyente que se conecta con otros nodos importantes. Por otro lado, los nodos *#GAZA*, *#PALESTINA*, y *#GENOCIDIO* presentan una centralidad de intermediación muy baja, lo que indica que no actúan como puentes en la red, sugiriendo que su papel en la conectividad es limitado.

En un análisis de correlación de variables, usando el coeficiente de correlación de Spearman, dado que los datos no están normalmente distribuidos y pudiendo capturar relaciones monotónicas, se observan correlaciones significativas (mayores a 0.8) entre varias métricas. Por ejemplo '*PAGERANK*' está altamente correlacionado con '*EIGENVECTOR CENTRALITY*', '*GRADO DE ENTRADA*', y '*GRADO CON PESOS*'. Y una correlación perfecta positiva (1.00) entre '*EIGENVECTOR CENTRALITY*' y '*GRADO DE ENTRADA*' lo que indica que a medida que

aumenta la centralidad de *Eigenvector* también lo hace el grado de entrada.

Así mismo se observan patrones de conectividad, los nodos con altos valores de 'GRADO' y 'GRADO CON PESOS' tienden a tener altos valores de 'PAGERANK' y 'EIGENVECTOR CENTRALITY', indicando su importancia en la red.

En el grafo 1 se observan un total de 20 comunidades, de las cuales solo cuatro de ellas son relevantes y que tienen la mayor densidad. La COM0 representada por el color rosa y cuyo nodo central es #ISRAEL, y que tiene una densidad de 0,123, lo cual indica que tiene una conectividad limitada. La COM5 representada por el color verde y cuyo nodo central es #HAMAS, tiene una densidad de 0.078, indicando que la comunidad tiene una densidad baja, lo que significa que hay relativamente pocos enlaces presentes en comparación con el número máximo posible. La COM2 representada por el color azul y cuyo nodo central es #GAZA y que tiene una densidad de 0,096, que sigue siendo baja. Y por último la COM1 de color negro y cuyo nodo central es #PALESTINA, y con una densidad de 0.068.

De todas las comunidades la más destacable es la COM0 que presenta un valor promedio de *PageRank* de 0.0057 indicando una conectividad importante con otros nodos relevantes, y una centralidad promedio de vector propio de 0.0127, sugiriendo una alta influencia dentro de la red.

En cuanto a la estructura de la comunidad, la clase de modularidad más común tiene un promedio de 10.50 con una desviación estándar de 6.49, lo que sugiere una diversidad moderada en la estructura de la comunidad. El número promedio de nodos por clase de modularidad es de 22.18, con un máximo de 100 nodos en una clase, lo que indica la presencia de comunidades tanto grandes como pequeñas. Por lo que respecta a las medidas de centralidad *PAGERANK* y *EIGENVECTOR CENTRALITY*, se observa que, además de los hashtags utilizados como referencia para este estudio (#Israel, #Hamas, #Gaza y #Palestina), existen otros *hashtags* que conforman cluster con alta medida de centralidad, los cuales se pueden observar en la tabla 6.

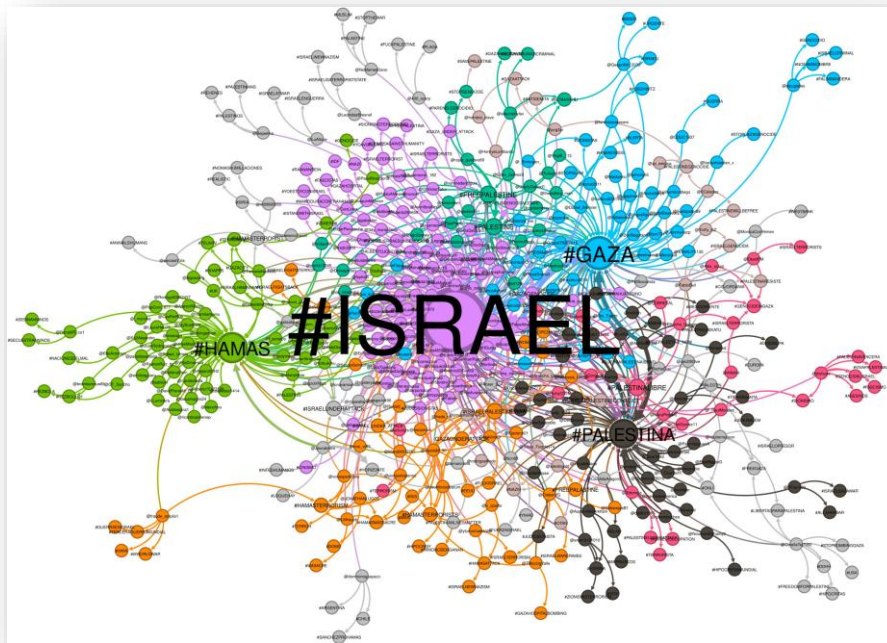


Figura 6. Grafo 1. Hashtags más utilizados por los usuarios en los mensajes de odio. Elaboración propia (2024).

Tabla 6. Nodos (*hashtags*) con mayor índice de centralidad *PageRank* y *Eigenvector* (ordenada por *PageRank*). Elaboración propia (2024)

Nodo	PageRank	Eigenvector Centrality
#ISRAEL	0.13198076676146853	1.0
#HAMAS	0.052768056660291926	0.3333333333333333
#GAZA	0.043616258247833696	0.38571428571428573
#PALESTINA	0.034321378439418196	0.3
#FREEPALESTINE	0.007725978418721245	0.0761904761904762
#PALESTINALIBRE	0.007352007896018132	0.0761904761904762
#PALESTINE	0.00691125692283232	0.07142857142857142
#ISRAELUNDERATTACK	0.005284485149073779	0.047619047619047616
#ISRAELPALESTINEWAR	0.004258737429659525	0.05714285714285714
#HAMASTERRORISTS	0.003214291184110117	0.02857142857142857
#HAMASTERRORISM	0.003214291184110117	0.03333333333333333
#NAZIS	0.0030967575912605673	0.01904761904761905
#GENOCIDEINGAZA	0.0030967575912605673	0.01904761904761905
#HAMASTERRORIST	0.003003264960584789	0.023809523809523808
#FREEPALASTINE	0.0028643616235807757	0.023809523809523808
#TERRORISMO	0.0027227870685574544	0.01904761904761905

Comparación de los componentes de odio en los discursos islamófobos y antisemitas

Los discursos de odio en redes sociales pueden llevarse a cabo de distintas maneras, mediante fotos, vídeos o, de la forma que se favorece más en la red social X, el texto. Entre las expresiones y palabras con mayor número de repeticiones en todos los tuits, se observan alusiones a Israel (20,96%) y a Hamás (7,21%), los dos bandos que se encuentran en guerra, al igual que Gaza (7,03%) o Palestina (6,84%), como algunos de los territorios donde se llevan a cabo las operaciones (véase figura 3).

Más concretamente, se observa que las palabras más utilizadas para generar odio en contra del bando palestino son aquellas referidas al terrorismo (terroristas, terrorismo, terrorista, en orden descendente de apariciones), que se mencionan un total de 60 veces; insultos, tales como asesinos (11 veces) y bestias, cobardes, hdp, perros (5 veces cada una); colectivos vulnerables a quienes se hace alusión como víctimas (mujeres 13 veces y

niños 9 veces); menciones al grupo Hamás (11 veces) y a la muerte (6 veces).

Hacia el bando israelí, se observa un gran uso de las palabras relacionadas con el genocidio (genocidas, genocidio, genocida, limpieza étnica, exterminio), con un total de 60 veces; acusaciones de nazismo (nazis, nazi, Hitler), con la totalidad de 43 veces; en relación con el sionismo (sionistas, sionista, sionismo), apareciendo 39 veces; la palabra terrorista como insulto, que aparece un total de 19 veces; los insultos relacionados con la comisión de crímenes (asesinos, criminales), con un total de 14 veces; y aquellos términos relacionados con la segregación racial (*apartheid*, racista), con un total de 13 veces.

De esta comparación se obtiene que, para los discursos que van contra Palestina, las palabras más usadas son aquellas que tienen relación con el grupo Hamás y adjetivos que se le atribuyen. Además, mediante la mención de colectivos vulnerables se ataca a la cultura, situándola por debajo de la occidental, y sus valores son considerados como algo peligroso para el mundo, mientras que aquellas hacia

Israel se relacionan con el Estado y las acciones que cometen contra la población de Palestina.

Los aspectos más importantes que revela el estudio de esta red (figura 7) son los siguientes:

1. La red presenta una estructura modular, lo que significa que está dividida en varias comunidades o módulos. Esto sugiere que hay grupos de nodos que están más densamente conectados entre sí, lo que puede facilitar la difusión de la información dentro de esas comunidades.
2. La variabilidad en el tamaño de las comunidades, el promedio de nodos por clase es de aproximadamente 41,69, con una desviación estándar de 19,73, indicando una variabilidad significativa en el tamaño de las comunidades.
3. Algunos nodos, como "terrorista/s" y "@alexitogold" son particularmente influyentes. El primero tiene el valor más alto de *PageRank* y Centralidad de vector propio, lo que indica su importancia en términos de conexiones entrantes y su relación con otros nodos. Mientras que el segundo nodo destaca por su alta centralidad de intermediación, actuando como puente crítico en la red.

En cuanto a las medidas de centralidad, los nodos de la tabla 7, es decir, las palabras más utilizadas dentro de los mensajes de odio, son los que poseen los valores máximos de Centralidad de vector propio (1.00), lo que indica que son nodos altamente conectados que pueden influir en la red. Y por lo que respecta a la medida de centralidad *PageRank*, aunque el valor máximo es bajo, sugiere que la red está equilibrada en términos de importancia de los nodos, sin que haya nodos con una influencia extrema.

Por otra parte, volviendo a aplicar el coeficiente de correlación de Spearman, existe una correlación casi perfecta (0.999) entre la centralidad de vector propio (*Eigenvector*) con el grado de entrada, a mayor grado de entrada, mayor centralidad de vector propio. Así mismo la correlación entre el grado de entrada con *PageRank* es positiva (0.874). Existe una correlación negativa (-0.319) entre la centralidad de vector propio y la excentricidad (*eccentricity*) y de -0.320 con la centralidad de cercanía (*closeness centrality*), indicando que los nodos más periféricos o menos conectados en términos de cercanía tienen menor centralidad *PageRank* y *Eigenvector*.

En el estudio de la centralidad se observa en la tabla 7, que los nodos con mayor *PageRank* y *Eigenvector* coinciden.

Tabla 7. Nodos (palabras) con mayor índice de centralidad *PageRank* y *Eigenvector* (ordenada por *PageRank*). Elaboración propia (2024).

Nodos	PageRank	Eigenvector
terrorista/s	0.025847013148188075	1.0
genocida/s	0.015288787053774207	0.6835443037974683
nazi/s	0.014535818365063341	0.7247236019868589
asesinar	0.01126050967725323	0.6835443037974683
sionista/s	0.008518169866413641	0.43037974683544306
terrorismo	0.0074613500318358	0.35443037974683544
niños	0.00675513190585543	0.4810126582278481
palestinos	0.006659939832338168	0.34177215189873417
atacar	0.0064532121565251885	0.27848101265822783
hdp	0.006323794737645298	0.3670886075949367
muerte	0.00615550886917403	0.25316455696202533

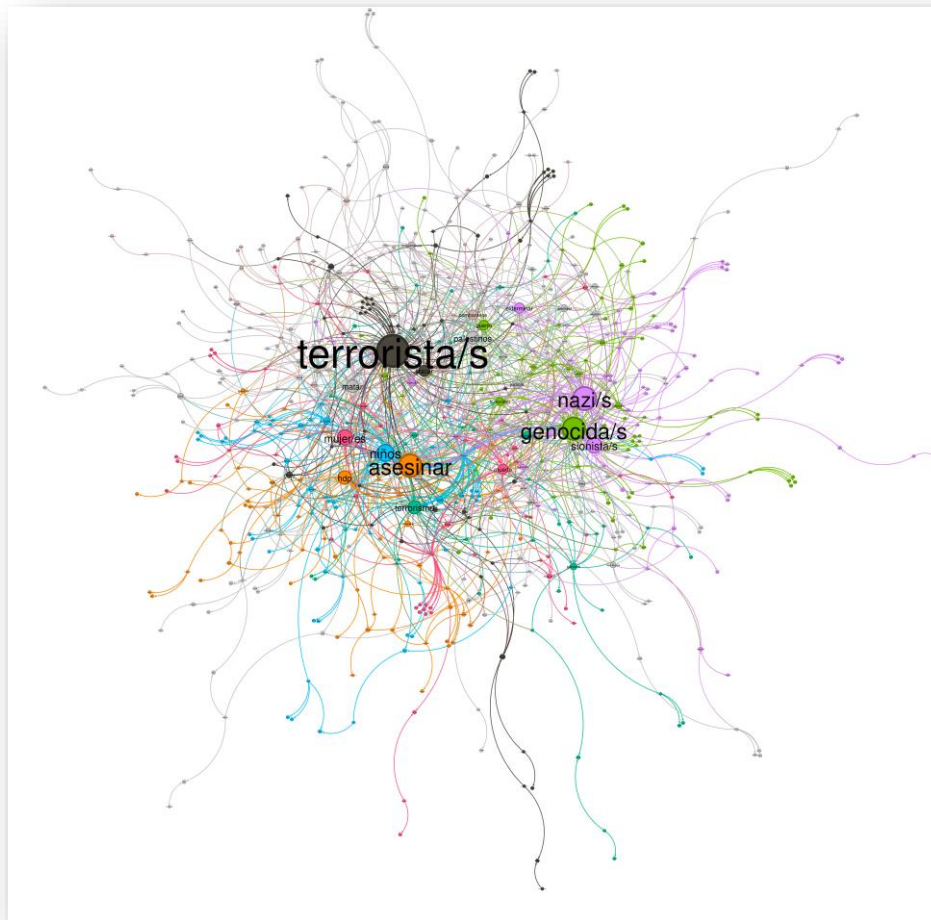


Figura 7. Grafo 2. Palabras más utilizadas en los mensajes de odio por los usuarios. Elaboración propia (2024).

Para poder observar la relación existente entre las palabras más utilizadas en los mensajes de odio y los *hashtags* usados en dichos mensajes se procede a construir el grafo 3. Este grafo se construye a partir de los datos recopilados de los tuits, y dichos datos fueron volcados en una tabla que contenía los campos 'usuario', 'palabra usada' y '*hashtag*'. Para el grafo 1, se usaron los campos usuario y *hashtag*, construyendo así las tablas de nodos y aristas necesarios para el programa Gephi, para el grafo 2 se usan los campos usuario y palabra, y para el grafo 3 los campos *hashtag* y palabra usada.

Como característica del nuevo grafo tenemos que los nodos con mayor grado de centralidad de vector propio son 'terrorista/s' con una centralidad de 1.0, 'genocida/s' con 0.833, 'nazi/s' con 0.831, 'asesinar' con 0.759, 'sionista/s' con 0.667. Es decir, los mismos datos arrojados para las centralidades de vector propio (*Eigenvector*) del grafo 2.

Aplicando de nuevo el coeficiente de correlación de Spearman, se constata que existe también una correlación casi perfecta y fuerte (0.999) entre el grado de entrada y *Eigenvector* y de 0.90 entre el grado de entrada y *PageRank*, lo que indica que los nodos con mayor número de conexiones entrantes tienden a ser considerados más importantes o relevantes dentro de la red. En cuanto a la excentricidad, tiene un valor promedio de 0.32, con un máximo de 1.00 y un mínimo de 0.00, lo que sugiere que los nodos no están extremadamente alejados y que es una red relativamente bien conectada.

Por lo que respecta a las comunidades existen un total de 11 comunidades, de las cuales destacamos 4, la comunidad 0, representada con color rosa, y que tiene un valor de *Eigenvector* de 0.83, lo que la identifica como una comunidad importante, pero su densidad es baja 0.0661. La segunda comunidad importante es la comunidad 1 representada con

color verde, con un valor de *Eigenvector* de 0.73, la densidad sigue siendo baja 0.088. La tercera comunidad importante es la comunidad 2 representada en color azul, tiene un valor de *Eigenvector* 0.52, con una densidad de 0.079. Y por último la comunidad 3 representada de color negro con un valor de *Eigenvector* de 0.32 y una densidad moderada de 0.10.

Para poder comprender las aportaciones de cada uno de los *hashtags* a las palabras utilizadas en los mensajes de odio, se ofrecen las aportaciones en porcentaje de cada una de los nodos con mayor centralidad de vector propio. Así tenemos que para el nodo 'terrorista/s' el 48,50% de las menciones

proviene del *hashtag* #Hamás, el 13,07% de #Israel, el 9,85% de #Gaza y el 6.78 de #Palestina y el 2,26% de #Hamasterrorism. El segundo nodo con mayor centralidad de vector propio 'genocida/s' tenemos que el 54,22% proviene del *hashtag* #Israel, el 7,07% de #Gaza y el 2,53% de #Palestina. El tercer nodo 'nazi/s' recibe el 52,42% de #Israel, el 7,90% de #Gaza y el 3,03% de #Palestina. El cuarto nodo de mayor centralidad de vector propio es 'asesinar' que recibe el 31,29% del *hashtag* #Israel, el 14,28 de #Hamás, el 9,52% de #Gaza y el 8,84% de #Palestina. Y por último el nodo 'sionista/s' recibe un 20,20% de #Gaza, un 17,17% de #Israel, un 13,13 de #Palestina y un 4,04 de #Freepalestine.

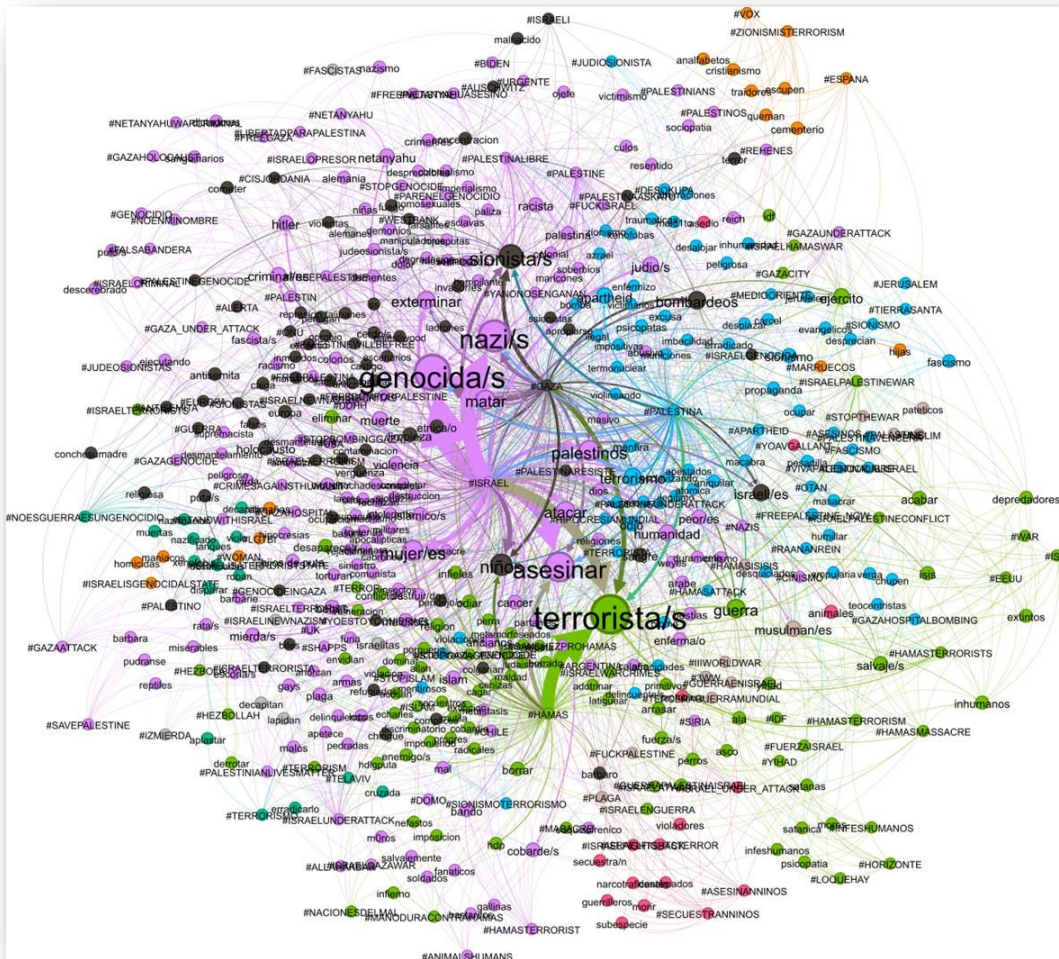


Figura 8. Grafo 3. Palabras y *hashtags* utilizados en los mensajes de odio. Elaboración propia (2024).

Discusión

Para observar la importancia de los delitos de odio en España, según Muniesa Tomás et al. (2022), el 21,3% de estos se cometieron a través de las redes sociales mediante amenazas, injurias o incitación pública al odio. Los delitos por antisemitismo tuvieron un incremento del 50% entre 2021 y 2022 y aquellos por racismo o xenofobia aumentaron un 18,6% en este mismo intervalo de tiempo.

De este modo, las redes sociales e internet se posicionan como los principales medios para esparcir discursos de odio no mediados, gracias a la posibilidad que permiten estos sitios virtuales de preservar el anonimato de las personas, quienes pueden sentirse con la impunidad de transmitir y propagar mensajes intolerantes, además de atacar a quienes defienden ideales contrarios, sin tener ningún problema con la justicia. La generalización de esta tendencia hace peligrar valores necesarios para la cohesión social, debido a la transmisión de estos discursos hacia la realidad social, provocando un aumento de las tensiones y la violencia entre grupos poblacionales más favorecidos y otros menos favorecidos. Además de esto, las redes sociales sirven de foco para que los partidos políticos extremistas puedan difundir su ideología basada en estereotipos a gran parte de la población, fomentando aún más que los debates que tienen lugar en las redes sociales se cuelen en el discurso público (Moreno y Morales, 2022).

En sus comienzos, en el caso concreto de la red social X (inicialmente llamada *Twitter*), fue creada en el año 2006 para convertirse en un espacio de debate y difusión de información, cuya evolución fue en la dirección de establecerse como una herramienta facilitadora de la comunicación directa entre actores políticos y la ciudadanía y como un espacio donde las personas podían expresarse sobre temas en los que, habitualmente, no solían tener voz.

En aquellos momentos, aunque se promulgaban discursos de desinformación y que incitaban al odio, existían herramientas cuyo objetivo se basaba en impedir su amplia propagación. Sin embargo, tras la compra de la compañía por parte de Elon Musk en el año 2022, este rumbo cambió por completo, ya que, aparte de la imagen y el nombre de la red social, despegándose del característico logo con el pájaro azul hacia una minimalista X, que supondría, de igual forma, su nueva denominación, se produjo una ola de despidos en la empresa y se modificaron las políticas de regulación de contenidos en aras de una mayor

libertad de expresión para los usuarios (Alonso-Muñoz, 2024).

Entre los cambios relacionados con la moderación de contenidos, Elon Musk publicó en su cuenta tras la compra de esta red social su decisión de crear un consejo de moderación de contenidos para dar de nuevo visibilidad a opiniones ampliamente diversas (RTVE, 2022). Sin embargo, en la actualidad, la moderación puede hacerse por medio de los propios usuarios mediante las "notas de la comunidad", donde las personas escriben para aportar información y contexto útil a publicaciones potencialmente engañosas. Estas notas son calificadas según su utilidad por otros usuarios de la red, fomentando un ambiente colaborativo para combatir la desinformación (X, s.f.)

Debido a estos cambios radicales tras la compra de esta compañía por parte del mencionado magnate, el incumplimiento de las normas de la red social comenzó a no ser un impedimento para poder seguir haciendo uso de la cuenta, como en el caso de Donald Trump, cuya cuenta fue suspendida en 2021 por "incitación a la violencia" (Alonso-Muñoz, 2024) y, actualmente, puede hacer uso de ella. De esta forma, X ha pasado a ser un espacio donde se viralizan bulos y conspiraciones, siendo premiados por el propio algoritmo y haciendo que lleguen a un gran número de personas.

Prueba de ello es el estudio realizado por Hickey et al. (2025), donde se pone de manifiesto un aumento significativo de alrededor del 50% en los discursos de odio tras la compra de X por Elon Musk y que, si bien este aumento puede deberse a sucesos concretos o puede deberse a otros motivos, pone a prueba que el algoritmo está promoviendo involuntariamente su difusión, al mostrar lo que más interés genera en la población.

Otro fenómeno que ocurre dentro de las redes sociales se trata de las cámaras de eco. Mediante ellas, las personas establecen relaciones basadas en una ideología compartida y proporciona una sensación de unanimidad en las opiniones, amparando la polarización y la radicalización de la ciudadanía (Lombana-Bermúdez et al., 2022).

Estas cámaras de eco se crean por el propio funcionamiento de los algoritmos y la forma de interaccionar que tienen las personas en ellas, manteniendo conversaciones con quienes comparten sus opiniones y renegando de quienes tengan unas opiniones contrarias. Esto

es debido al uso propio de las redes sociales como espacio de expresión de sentimientos y afectos (Rivera et al., 2021).

Así se consigue una diferenciación observable en la naturaleza del odio hacia Israel y hacia Palestina, partiendo de una base ideológica desde donde sectores más conservadores se posicionan en contra de Palestina y la población musulmana, con fuerte fundamentación en estereotipos racistas, y sectores más progresistas cargan contra Israel y las acciones de su Estado, siendo ampliamente denominadas como genocidas, hacia la población habitante en Palestina.

La raíz de todo esto se encuentra en el panorama político, como puede servir de ejemplo España, donde desde el gobierno progresista se mantiene la idea de reconocer el Estado de Palestina, con el objetivo de alcanzar la paz en este territorio; mientras que la oposición mantiene un mayor acercamiento a la posición de Israel en la guerra (Barreñada, 2024).

CONCLUSIONES

En contraposición a lo referenciado anteriormente, este estudio pone de manifiesto el descenso porcentual de mensajes de odio difundidos en el periodo de tregua en relación con los periodos de guerra. Esto puede implicar la influencia que el actual conflicto está teniendo en las personas usuarias de la red social X. También se advierte una desradicalización de estos discursos durante el periodo de tregua con respecto a la tendencia observada durante los periodos de guerra, ya que desaparecen los discursos contra la población judía y la musulmana, centrándose en mensajes contra los bandos inmersos en la guerra.

Respondiendo al primero de los objetivos específicos planteados, de los tuits recopilados catalogados como discursos de odio, se percibe una mayor propensión a la desaprobación de Israel, debido al contexto histórico de la guerra y las acciones que están tomando en la actualidad de ella. Dentro de estos discursos, se impone el insulto como la forma más común de discurso de odio, utilizando adjetivos como terroristas o asesinos contra Palestina, y genocidas o sionistas contra Israel. De igual modo se ha evidenciado el incremento en la proporción de mensajes propiamente islamófobos, frente a aquellos de contenido antisemita, debido a que el odio hacia Israel se centra en el Estado, su ideología y sus acciones, mientras que gran parte del odio

hacia Palestina responde al rechazo de la religión y la cultura islámica.

Por último, se aprecia una conexión entre un entorno sociopolítico inestable y/o con un populismo en auge y el incremento de los discursos de odio hacia el bando palestino; al igual que se diferencia un gran aumento en los discursos contra Israel en el tercer periodo en comparación con el primero, debido a la nueva ofensiva israelí que acabó con la tregua humanitaria, a la vez que una disminución de aquellos contra Palestina, indicando un cambio de posicionamiento en su favor.

Y, como respuesta al segundo objetivo específico, del estudio de los grafos se puede resaltar, en primer lugar, que en ambos se observa una correlación fuerte entre las métricas de centralidad *Eigenvector* y *PageRank* con el grado de entrada, siendo la relación con la centralidad de *Eigenvector* casi perfecta para el grafo 2 y perfecta para el grafo 1. Por lo tanto, el grado de entrada es un predictor significativo para las centralidades antes mencionadas, lo que indica que los nodos con más conexiones entrantes tienden a ser más centrales y tener mayor importancia en la red y un papel destacado.

En segundo lugar, con respecto a los *hashtags* más utilizados y por lo tanto que tienen mayor índice de centralidad, se observa que algunos coinciden con las palabras de odio, como por ejemplo el *hashtag* #Nazi, que es usado además como palabra de odio dentro de los mensajes (nazi/s), #Genocida con las palabras de odio Genocida/s, #Terrorismo con Terrorista/s. Así mismo, tanto el *hashtag* como las palabras de odio a las que hace referencia tienen altos índices de centralidad.

En conclusión, en el primer grafo #ISRAEL se establece como un nodo central en la red, destacándose en múltiples medidas de centralidad. Además, los nodos con altos valores en las métricas de centralidad son cruciales para la estructura de la red, actuando como puntos de conexión clave.

La red presenta una estructura modular con nodos que tienen roles específicos, como *hubs* o nodos de paso.

Las comunidades destacadas son aquellas con un tamaño mayor y un grado de entrada más alto, lo que indica una estructura bien definida y conectada.

El tamaño de la comunidad y la modularidad son los factores más influyentes en la determinación de la significancia de una comunidad.

Y en lo que respecta al segundo grafo, la red presenta una estructura modular con múltiples

comunidades, aunque no se identifican nodos con un *PageRank* significativamente alto, lo que sugiere un equilibrio en la importancia de los nodos.

Para ambos grafos, las medidas de centralidad están altamente correlacionadas, sin embargo no se encontraron diferencias significativas en la relación entre las centralidades a través de las clases de modularidad, según los resultados de la ANOVA, arrojando en todos los estudios un valor $P > 0.05$, por lo que no se puede afirmar que las diferentes clases de modularidad afecten significativamente a las centralidades estudiadas (*PAGERANK*, *EIGENVECTOR CENTRALITY*, *CLOSENESS CENTRALITY*, *HARMONIC CLOSENESS CENTRALITY* y *BETWEENNESS CENTRALITY*).

Los nodos con mayor centralidad de intermediación y *PageRank* sugieren que desempeñan roles claves en la conectividad y difusión de la información dentro de la red.

La red está compuesta por múltiples comunidades de diferentes tamaños, dentro de las cuales se encuentran comunidades significativamente grandes que coinciden con aquellas que tienen mayores medidas de centralidad (*PageRank* y *Eigenvector*), lo que indica grupos de nodos más densamente conectados entre sí.

Del análisis del grafo 3 podemos concluir que, de las palabras de mayor centralidad utilizadas dentro de los mensajes de odio, la palabra 'terrorista/s' se relaciona con el hashtag #Hammas principalmente en los mensajes de odio (48,50%) y en menos medida con otros hashtags. Por otra parte, las palabras 'genocida/s' y 'nazi/s' se relaciona principalmente con los hashtags #Israel (54,22% y 52,42%). Por último, la palabra 'asesinar' está repartida entre #Israel y #Hammas, aunque es algo superior para #Israel.

Este estudio presenta algunas limitaciones. De un lado, el encuadre temporal dado que estamos inmersos en un conflicto abierto y esto puede conllevar continuos cambios en los discursos analizados. De otro, la privatización de acceso a la API de X, resultando más complicada la recopilación de los tuits y no pudiéndose trabajar con el archivo de la red social, sino solamente con el texto escrito.

Además, existen una serie de limitaciones relacionadas con la interpretación de los tweets por parte del observador, están son principalmente:

-Subjetividad en la interpretación, es decir, la categorización de tweets como discurso de odio puede estar sujeta a la subjetividad del observador.

- Sesgo del observador, debido a sesgos inconscientes basados en experiencias o creencias del observador.

- Fatiga y consistencia, producida por la revisión de grandes cantidades de tweets por parte del observador.

Todas estas limitaciones se han procurado superar con un modelo híbrido humano-IA y *software* de procesamiento del lenguaje natural (NLP).

Al tratarse solo de un análisis de varios sucesos en el comienzo de la guerra, futuras investigaciones pueden ir por el camino de analizar el avance de la guerra y su impacto en X, así como una comparación entre los discursos a medida que va avanzando el conflicto en el tiempo y observar su radicalización. Asimismo, otra corriente de estudio podría ser analizar algunas cámaras de eco que se puedan formar en esta red social, en las cuales se encuentre una retroalimentación entre cuentas que defiendan un bando y otro, y encontrar los nodos centrales dentro de las redes sociales que se creen.

REFERENCIAS

- Achutegui Otaolaurruchi, P. (2017).** Victimización de los delitos de odio. Aproximación a sus consecuencias y a sus respuestas institucional y social. *Revista de Victimología*, 5, 33-62. <https://doi.org/10.12827/RVJV.5.02>
- AFP (2023).** Israel bombardea la Franja de Gaza: ONU pide "tregua humanitaria inmediata". *Blu Radio*. <https://bit.ly/3VHnOvX>
- Agencia de la ONU para refugiados palestinos [UNRWA] (9 de diciembre de 2024).** Informe actualizado de la situación en Gaza. <https://bit.ly/4i5Dy4v>
- Alonso-Muñoz, L. (2024).** X/Twitter: ¿espacio para la deliberación o para la desinformación?. *Anuario ThinkEPI*, 18. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2024.e18a39>
- Amores, J. J., Blanco-Herrero, D., Sánchez-Holgado, P. y Frías-Vázquez, M. (2021).** Detectando el odio ideológico. Desarrollo y evaluación de un detector de discurso de odio por ideología política en tuits en español. *Cuadernos.info*, 49, 98-124. <https://doi.org/10.7764/cdi.49.27817>
- Arcila Calderón, C., Blanco-Herrero, D. y Valdez Apolo, M. B. (2020).** Rechazo y discurso de odio en Twitter: análisis de contenido de los tuits sobre migrantes y refugiados en español. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 172, 21-40. <https://doi.org/0.5477/cis/reis.172.21>

- Arciniegas, Y. (27 de octubre de 2023).** La Franja de Gaza se queda incomunicada mientras los ataques de Israel se recrudecen. *France 24*. <https://bit.ly/4hwcUYE>
- Barreñada Bajo, I. (2023).** Tecnopopulismo autoritario en países árabes y legitimación internacional. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 135, 29-52. <https://doi.org/10.24241/rcai.2023.135.3.29>
- Barreñada Bajo, I. (2024).** El reconocimiento del Estado de Palestina, tan necesario como insuficiente. *Análisis del Real Instituto Elcano*, 36, 1-8. <https://bit.ly/4gJ9t9o>
- Brändle, G., Cáceres-Zapatero, M. y Paz-Rebollo, M. (2024).** Sentir el odio: análisis de la gravedad percibida de los discursos de odio en la población española. *Revista Española de Sociología*, 33 (2), 1-19. <https://doi.org/10.22325/fes/res.2024.219>
- Cabo Isasi, A. y García Juanatey, A. (2016).** *El discurso de odio en las redes sociales: un estado de la cuestión*. <https://bit.ly/3Ipc3T1>
- Canales Cerón, M. (2006).** *Metodologías de investigación social*. Lom ediciones. <https://bit.ly/4eBRuk7>
- Charte, M. (2024).** Condena internacional por el ataque israelí contra una multitud en Gaza que causó más de 100 muertos. *RTVE*. <https://bit.ly/3JlftHf>
- Constitución Española de 1978.** BOE núm. 311, de 29 de diciembre de 1978. <https://bit.ly/3VahmNR>
- Cyjon, R. (2021).** Perspectivas y reflexiones sobre el conflicto árabe palestino, judío israelí. *Cuadernos Judaicos*, 38, 3-37. <https://doi.org/10.5354/0718-8749.2021.65761>
- Díaz-Díaz, R., Ramos-Verde, E. J., Castro-Núñez, U. S., Rodríguez-Ruiz, D. y Quiroga-Escudero, M. E. (2024).** Análisis del fútbol de máximo nivel a partir de redes complejas: el caso de la selección argentina en el Campeonato del Mundo de Qatar 2022. *Redes. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 35 (2), 184-200. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.1041>
- Díez Bueso, L. (2020).** Discurso del odio en las redes sociales: la libertad de expresión en la encrucijada. *Revista Catalana de Dret Públic*, 61, 50-64. <https://doi.org/10.2436/rcdp.i61.2020.3528>
- Díez-Gutiérrez, E., Verdeja, M., Sarrión-Andaluz, J., Buendía, L. y Macías-Tovar, J. (2022).** Discurso político de odio de la ultraderecha desde Twitter en Iberoamérica. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 72, 101-113. <https://doi.org/10.3916/C72-2022-08>
- Domínguez Avila, C. F. (2024).** Democracia, populismo y autoritarismo en América Latina, 2012-2022: una reevaluación. *Tempo e Argumento*, 16 (41), 1-30. <https://doi.org/10.5965/2175180316412024e0106>
- Elósegui Itxaso, M. (2017).** La negación o justificación del genocidio como delito en el Derecho Europeo. Una propuesta a la luz de la recomendación nº 15 de la ECRI. UNED. *Revista de Derecho Público*, 98, 251-334. <https://doi.org/10.5944/rdp.98.2017.18657>
- García Carrera, F. E. (2022).** Cuarto Plan de Acción de Gobierno Abierto 2019-2021 desde el Análisis de Redes Sociales. *Encrucijada: Revista Electrónica del Centro de Estudios en Administración Pública*, 40, 20-35. <https://doi.org/10.22201/fcpys.20071949e.2022.40.81416>
- García Domínguez, I. (2020).** El tratamiento penal de los delitos de odio en España con la adopción de una perspectiva comparada. *Anuario Iberoamericano de Derecho Internacional Penal*, 8, 1-27. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/anidip/a.9899>
- García Majado, P. (2022).** La regulación jurídica del odio. En P. Favieres (coord.), *Igualdad de trato y no discriminación: discurso de odio y delito de odio hacia la población migrante y refugiada* (pp. 54-97). <https://bit.ly/4cawZv9>
- González-Peña, D., Lourenço, A., López-Fernández, H., Reboiro Jato, M. y Fernández-Riverola, F. (2013).** Web scraping technologies in an API world. *Briefings in Bioinformatics*, 15 (5), 788-797. <https://doi.org/10.1093/bib/bbt026>
- González Ortega, N. (2022).** La islamofobia: caracterización, creencias, construcción mediática y procesos de integración. *Cuadernos de Trabajo Hegoa*, 90, 1-44. <https://bit.ly/3SXPqtK>
- Grau Álvarez, J. (2021).** La libertad de expresión y discurso del odio. Estudio comparado de la jurisprudencia de Estados Unidos y Europa. *Icade. Revista de la Facultad de Derecho*, 111, 1-33. <https://doi.org/10.14422/icade.i111.y2021.003>
- Gualda, E. (2024).** Micronarrativas de odio en línea. Teorías de la conspiración y desinformación en la llamada "Sociedad de las Plataformas". En E. Gualda (Ed.), *Teorías de la conspiración y discursos de odio en línea en la Sociedad de las Plataformas. Comparación de*

pautas en las narrativas y redes sociales sobre COVID-19, inmigrantes, refugiados, estudios de género y personas LGTBIQ+ (pp. 23-42). Dykinson. <https://doi.org/10.14679/2750>

Hickey, D., Fessler, D. M. T., Lerman, K. y Burghardt, K. (2025). X under Musk's leadership: Substantial hate and no reduction in inauthentic activity. *Plos One*, 20 (2), 1-24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0313293>

Izquierdo Grau, A. (2019). Literacidad crítica y discurso del odio: una investigación en Educación Secundaria. *Revista de Investigación en Didáctica de las Ciencias Sociales*, 5, 42-55. <https://doi.org/10.17398/2531-0968.05.42>

Jiménez Amores, F. J. (2022). *De la construcción al odio. Desarrollo de nuevas estrategias para entender los discursos de odio hacia los migrantes y refugiados: detectando, midiendo y analizando los encuadres visuales, las actitudes y los mensajes de rechazo a la migración* [Tesis Doctoral]. Universidad de Salamanca. <https://bit.ly/3U9JsrT>

Kersffeld, D. (2020). El antisemitismo en América Latina: principales conceptos y tendencias históricas. *Revista Estudios*, (40), 1-31. <http://dx.doi.org/10.15517/re.v0i40.42015>

Lesgart, C. (2020). Autoritarismo. Historia y problemas de un concepto contemporáneo fundamental. *Perfiles Latinoamericanos*, 28 (55), 349-371. <https://doi.org/10.18504/pl2855-014-2020>

Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. BOE núm. 281, de 24 de noviembre de 1995. <https://bit.ly/3VGak3x>

Lombana-Bermúdez, A., Vallejo Mejía, M., Gómez Céspedes, L. M. y Pino Uribe, J. F. (2022). Cámaras de eco, desinformación y campañas de desprestigio en Colombia. Un estudio de Twitter y las elecciones locales de Medellín en 2019. *Política y Gobierno*, 39 (1), 1-30. <http://hdl.handle.net/11651/5196>

López Alonso, C. (2021). Víctimas y victimización colectiva en conflictos de larga duración. El papel de la historia: el caso de Israel-Palestina. *Historia del presente*, 38 (2), 89-106. <https://doi.org/10.5944/hdp.38.2021.40319>

Martínez-Brawley, E. E. (2024). Hate speech. A bird's eye view of a conundrum of international epidemic proportions. En E. Gualda (Ed.), *Teorías de la conspiración y discursos de odio en línea en la Sociedad de las Plataformas. Comparación de pautas en las narrativas y redes sociales sobre COVID-19,*

inmigrantes, refugiados, estudios de género y personas LGTBIQ+ (pp. 43-60). Dykinson. <https://doi.org/10.14679/2751>

Moreno López, R. y Morales Calvo, S. (2022). Comunicación en redes y discursos de odio en el contexto español. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional de Cultura Visual*, 10 (1), 1-9. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3557>

Muniesa Tomás, M. P., Fernández Villazala, T., Mániz Cortinas, C. J., Herrera Sánchez, D., Martínez Moreno, F., San Abelardo Anta, M. Y., Rubio García, M., Gil Pérez, V., Santiago Orozco, A. M., Gómez Martín, M. Á., Méndez Matos, G., Gómez Esteban, J., Amado Hernández, M. P., González González, M. y Matilla Molina, A. (2022). *Informe sobre la evolución de los delitos de odio en España 2022*. Ministerio del Interior. Gobierno de España. <https://bit.ly/3vw8Nmd>

Noblia, M. V., Renato, A. C. y Gershanik, T. (2022). Anonimato, pseudonimia y delitos en las redes sociales: una propuesta multidimensional de la lingüística forense para la identificación de la autoría. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 22 (1), 122-142. <https://doi.org/10.35956/v.22.n1.2022.p.122-142>

Pawlowski, A. (2022). Los problemas con el término "terrorismo" dentro del mundo occidental. *Res Pública. Revista de Historia de las Ideas Políticas*, 25 (2), 189-198. <https://doi.org/10.5209/rpub.75740>

Pérez Andrés, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista Española de Salud Pública*, 76, 373-380. <https://bit.ly/3OuosJ3>

Perplexity AI. (2024). *Perplexity* (modelo GPT-3.5) [Modelo de lenguaje amplio]. <https://bit.ly/3OuosJ3>

Pons Rafols, X. (2024). La guerra en Gaza y el conflicto Palestino-Israelí: un punto de inflexión en medio de un ciclo sin fin de violencia. *Peace & Security - Paix et Sécurité Internationales*, 12, 1-58. https://doi.org/10.25267/Paix_secur_int.2024.i12.1001

Priego Moreno, A. (2023). Hamás: La franquicia palestina de los Hermanos Musulmanes. *Instituto Español de Estudios Estratégicos*, 32, 1022-1033. <https://bit.ly/40mNn88>

Radio Televisión Española [RTVE] (2023). Israel y Hamás acuerdan extender la tregua por séptimo día en Gaza. RTVE. <https://bit.ly/4b82oNE>

RTVE (2022). Musk anuncia la creación en Twitter de un "consejo de moderación de contenidos con puntos de vista diversos". RTVE. <https://bit.ly/3FqjaPi>

Ramírez Salado, M. (2022). Análisis lingüístico del discurso de odio en redes sociales. *Revista Internacional de Cultura Visual*, 12 (1), 1-11. <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3720>

Ramos Antón, R., Murcia Verdú, F. J. y Ufarte Ruiz, M. J. (2023). Contar la guerra a partir de Twitter: Estudio de caso de *Descifrando la Guerra. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29 (3), 663-676. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.84872>

Ramos Tolosa, J. (2023). Cinco claves históricas y actuales para entender Palestina. *Revista Internacional de Educación y Análisis Social Crítico*, 1 (2), 215-223. <https://doi.org/10.51896/easc.v1i2.341>

Requena, P. (2024). 'Masacre en el festival de música', crónica en tiempo real del ataque de Hamás en el Supernova. RTVE. <https://bit.ly/40S9pOI>

Rivera Otero, J. M., Lagares Díez, N., Pereira López, M. y Jaráiz Guliás, E. Relación entre los diversos usos de las redes sociales Twitter y Facebook, emociones y voto en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 73-98. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1518>

Román-San Miguel, A., Olivares-García, F. J. y Jiménez-Zafra, S. M. (2022). El discurso de odio en Twitter durante la crisis migratoria de Ceuta en mayo de 2021. *Revista ICONO 14. Revista de Comunicación y Tecnologías*

Emergentes, 20 (2), 1-19. <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1858>

Santos Fernández, F. J., Ruiz-Ángel, E. y Ruiz-Ángel, P. (2024). Homofobia 2.0: Una aproximación teórica al discurso de odio LGTBIfóbico en línea y las estrategias para desarticularlo. En E. Gualda (Ed.), *Teorías de la conspiración y discursos de odio en línea en la Sociedad de las Plataformas. Comparación de pautas en las narrativas y redes sociales sobre COVID-19, inmigrantes, refugiados, estudios de género y personas LGTBIQ+* (pp. 289-305). Dykinson. <https://doi.org/10.14679/2765>

Santos Vaquero, Á. (2023). El odio al judío. *Historia Digital*, 23 (41), 8-48. <https://bit.ly/3NKd5fe>

Valcárcel Siso, R. L. (2024). La derrota de la paz. Historia interminable del conflicto palestino-israelí. *Anuario Iberoamericano de Buen Gobierno y Calidad Democrática*, 1, 19-40. <https://doi.org/10.69592/3020-8378-N1-ENERO-2024-ART1>

Wachs, S., Wettstein, A., Bilz, L. y Gámez-Guadix, M. (2022). Motivos del discurso de odio en la adolescencia y su relación con las normas sociales. *Comunicar*, 30 (71), 9-20. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-01>

X (s.f.). Notas de la comunidad: una herramienta colaborativa para añadir contexto útil a los posts y mantener mejor informadas a las personas. X. <https://bit.ly/4heJ2c0>

Zuluaga Gómez, J. C. (2020). *Estrategias para la aplicación del Social Media Mining en las redes sociales de Facebook e Instagram* [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Colombia]. <http://bit.ly/4jLpChg>

Remitido: 12-12-2024

Corregido: 19-03-2025

Aceptado: 10-04-2025



© Los autores