

La construcción de narrativas sobre fenómenos de movilidad humana en redes sociales: un estado de la cuestión¹

Ernesto Navarro-López²

Recibido: 9 de septiembre de 2020 / Aceptado: 26 de diciembre de 2020

Resumen. El artículo presenta una serie de investigaciones que abordan procesos de migración y su relación con el campo de la comunicación. Desarrolla tres diferentes enfoques mediante los cuales se han analizado recientemente los procesos de movilidad humana y su impacto en la esfera pública digital que funge como arena de debate sobre los temas de interés social. La construcción mediática de la imagen de la migración y su impacto en las y los usuarios en redes sociales: los contradiscursos en redes sociales como estrategias de visibilidad de nuevos enfoques o encuadres, y los análisis de las narrativas a partir de los contextos sociales, geográficos, político-económico e históricos. A partir de estos capítulos, se plantean posibles rutas teórico-metodológicas para el abordaje de futuras investigaciones que exploren la migración desde la comunicación.

Palabras clave. Migración; redes sociales; narrativas digitales; contradiscursos; análisis de sentimientos.

[en] The construction of narratives on human mobility phenomena in social networks: a state of the art

Abstract. The article presents a series of investigations that address migration processes and their relationship with the field of communication. It develops three different approaches through which the processes of human mobility and their impact on the digital public sphere have been recently analyzed, which serves as an arena for debate on issues of social interest. The media construction of the image of migration and its impact on users in social networks: counter-discourses in social networks as visibility strategies of new approaches or frames, and the analysis of narratives based on social and geographical contexts, political-economic and historical. From these chapters, possible theoretical-methodological routes are proposed for the approach of future research that explore migration from communication.

Keyword. Migration; social networks; digital narratives; counter-discourses; sentiment analysis.

[pr] A construção de narrativas sobre fenômenos de mobilidade humana em redes sociais: um estado da questão.

Resumo. O artigo apresenta uma série de investigações que abordam os processos de migração e sua relação com o campo da comunicação. Desenvolve três abordagens distintas, através das quais foram recentemente analisados os processos de mobilidade humana e seus impactos na esfera pública digital, que serve de palco para o debate de questões de interesse social. A construção midiática da imagem da migração e seu impacto nos usuários das redes sociais: contra-discursos nas redes sociais como estratégias de visibilidade de novas abordagens ou frames, e a análise de narrativas a partir de contextos sociais e geográficos, político-econômico e histórico. A partir desses capítulos, propõem-se possíveis percursos teórico-metodológicos para a abordagem de pesquisas futuras que explorem a migração da comunicação.

Palavras-chave. migração; redes sociais; narrativas digitais; contra-discursos; análise de sentimento.

Sumario. 1. Introducción; 2. Los contradiscursos sobre migración; el uso de redes sociales digitales para la creación y el empuje de narrativas contrahegemónicas; 3. El discurso de odio; 4. Narrativas en redes sociales: tendencias a partir del contexto geográfico, social, histórico y económico; 5. La construcción mediática del encuadre: el papel de los medios y su impacto en los usuarios de redes sociales; 6. Conclusiones; 7. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Navarro-López, E. (2021). La construcción de narrativas sobre fenómenos de movilidad humana en redes sociales: un estado de la cuestión. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (1), 177-190. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.71408>

¹ Este artículo es producto de una tesis en desarrollo en la Maestría en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. El comité de tesis está compuesto por el Dr. Manuel Alejandro Guerrero Martínez, el Dr. Ulises Cruz Valencia y el Dr. Jerónimo Repoll. Cuenta con apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Los apoyos económicos para las becas del CONACYT provienen de los impuestos de la sociedad mexicana.

² Universidad Iberoamericana (México)
E-mail: netowenudg@gmail.com

1. Introducción

La migración a nivel global es un proceso continuo e histórico que ha sido parte fundamental en la conformación de las civilizaciones y ha traído consigo grandes implicaciones económicas, sociales, culturales y políticas hoy en día. Desde la llegada de las redes sociales digitales, la construcción de discursos sobre movilidad humana ha visto un cambio en la manera en la que se articulan las narrativas sobre este fenómeno social. La construcción de sentido sobre procesos de movilidad humana ya no sólo depende de las maneras en que los medios dan tratamiento a la información, crean encuadres y ayudan a la comprensión de dichos fenómenos, sino que dentro del espacio público digital convergen diversos relatos creados por los usuarios que configuran la representación, la imagen y la manera de tener acceso al fenómeno a través de narrativas alternativas que se enfrentan en los diversos espacios digitales que fugen como arenas de debate.

Esta meta-investigación agrupa una serie de artículos y capítulos que abordan desde diversas perspectivas teóricas y metodológicas la manera en la que se han trazado las investigaciones en torno a los fenómenos de migración en relación con la comunicación. Sobre todo, en las narrativas que surgen en la esfera pública digital como Twitter, Facebook y Youtube. Así mismo, se reportan investigaciones que realizan trabajos comparativos entre la narrativa mediática y la narrativa en redes sociales sobre estos fenómenos. Principalmente la obtención de datos empíricos en estas investigaciones está marcada por el análisis de sentimientos³, el análisis de contenido, la etnografía digital, el análisis crítico del discurso y el análisis de redes que responden a la naturalidad del objeto investigado.

La mayoría de investigaciones aquí reportadas aluden a la crisis humanitaria que se desarrolló en Medio Oriente y Europa en 2015, en las cuales se pueden identificar tres principales líneas de investigación conformadas por diferentes abordajes teóricos, metodologías y herramientas de recolección, procesamiento e interpretación de los datos.

La primera línea de investigación que se aborda aquí, y que figura relevante para la construcción de un objeto de estudio giran en torno al establecimiento de contradiscursos o contranarrativas en la esfera digital mediante el uso de redes sociales (Andén-Pa-

padopoulos y Pantti 2013, Siapera, Boudourides, Lenis y Suiter, 2018, Freelon, McIlwain, & Clark, 2016, Kreis, 2017, Wodak, 2015, Öztürk y Ayvaz (2018) Meneses, Martín-del-Campo y Rueda-Zárte, 2018, Peddinti, Ross y Cappos, 2014, Mahabir, Croitoru, Crooks, Agouris y Stefanidis, 2018, Vázquez y Pérez, 2019, Müller y Schwarz, 2019, Gayo-Avello, 2012, de Saint Laurent, Glaveanu y Chaudet, 2020).

La segunda línea está orientada al análisis de redes sobre el fenómeno desde el análisis de geolocalización y las tendencias a partir del contexto social, ideológico, geopolítico y cultural, más apegados a la etnografía digital para el análisis apartir de los diferentes países que se vieron involucrados en el fenómeno de la crisis de refugiados (Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso. 2016, Holmes y Castañeda, 2016, Nerghes y Lee, 2018, Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden, 2019, Eberl, Boomgaarden y Wagner 2017, Bizer, Larsen y Petty, 2011, Eberl, Meltzer, Heidenreich, Herrero, Theorin, Lind y Strömbäck, 2018, Van Klingeren, Boomgaarden, Vliegthart y De Vreese, 2015).

Puesto que en la literatura académica maneja el término de “crisis de refugiados” para referirse a los procesos migratorios que tuvieron lugar en Europa y Medio Oriente durante el 2015, es necesario contextualizar el término de “crisis” desde una perspectiva que refiera a la crisis como un momento en el que el sistema estructural se encuentra en desestabilizado. Tal y como señala Sassen (2005, p.2), las crisis “son situaciones con un punto de inflexión de desenlace impredecible, que resurgen de un problema o conflicto insoportable y se relacionan con traumas personales o emergencias políticas”.

En este sentido, el proceso masivo de migración pone a las instituciones políticas de cada nación en una situación en la que se requiere tomar decisiones de orden geopolítico, que terminan por impactar social y económicamente. Esta crisis en el sistema estructural de estado provoca que el proceso migratorio tome una dimensión de crisis humanitaria debido al impacto que dichas decisiones pueden llegar a tener en las personas que realizan el proceso de movilidad.

Si bien las dos primeras líneas están enfocadas al análisis de discursos en redes sociales, el análisis de redes para medir la centralidad y la geolocalización de los mensajes y al análisis de sentimientos, es necesario también remarcar que los medios tienen un pro-

³ Los métodos de análisis de sentimientos propuestos son muchos, principalmente basados en diccionarios y en técnicas de aprendizaje a través de métodos no supervisados (Pak, & Paroubek, 2010) y supervisados - método basado en léxico- (Kolchyna, Souza, T, Treleaven & Aste, 2015). Otra de las grandes ventajas en esta técnica de extracción de sentimientos es el que ya se puede elaborar en tiempo real. 2 - A juicio de Bardin (1986:7) el análisis de contenido es un conjunto de instrumentos metodológicos, aplicados a lo que él denomina como «discursos» (contenidos y continentes) extremadamente diversificados. El factor común de estas técnicas múltiples y multiplicadas -desde el cálculo de frecuencias suministradoras de datos cifrados hasta la extracción de estructuras que se traducen en modelos- es una hermenéutica controlada, basada en la deducción: «la inferencia». 3- Para el estudio de internet, Christine Hine (2004) propuso la etnografía virtual, es decir, la extensión de la lógica etnográfica para el estudio de las comunidades y prácticas que se producen en internet. 4 - El análisis crítico del discurso, según van Dijk, “estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político” (van Dijk, 1999 p. 24). 5- El análisis de redes sociales cuantifica las relaciones entre los actores con el objeto de crear matrices y redes gráficas que representen esas relaciones como un todo, y de esa forma analizar las distintas características del sistema de relaciones bajo estudio, indistintamente de la naturaleza de estas relaciones: políticas, económicas, de parentesco, amistad, cooperación, conflicto, etc. (Aguirre, 2011, p.6).

fundo impacto en la manera de narrar los fenómenos de la movilidad humana.

Las investigaciones que conforman el último apartado refieren a una comparativa entre la narrativa de los medios y la de las redes sociales en torno a un mismo fenómeno, el etiquetamiento, el *framing* y el análisis de contenido (Nerghes y Lee, 2019, Backfried y Shalunts, 2016, Greussing y Boomgaarden, 2017, Lee y Nerghes, 2018, O'Neill, Williams, Kurz, Wiersma y Boykoff, 2015, Díaz y Penagos 2020).

Otro enfoque muy amplio de investigación que confiere a la migración y la comunicación es la cobertura de los medios masivos desde la comunicación política o el *framing* mediático, pero este artículo pretende mostrar aquellas que atañen a la relación y el intercambio de contenidos, símbolos, signos, discursos y representaciones y narrativas que alimentan tanto a medios masivos y a redes, y viceversa, y cómo es que este intercambio repercute en la construcción de la identidad social mediante el intercambio entre medios y usuarios. Otra mirada podría ser el de la *Agenda Setting* y su modelo de *Agenda Melding* o el más reciente *Intermedia Agenda*.

En este sentido, esta revisión de la literatura se toma como punto de partida para construir un objeto de estudio en una tesis en proceso, desde los enfoques aquí desarrollados se toman en consideración las diversas maneras de explorar desde el campo de la comunicación la relación entre medios, migración y espacio público.

2. Los contradiscursos sobre migración; el uso de redes sociales digitales para la creación y el empuje de narrativas contrahegemónicas y el discurso de odio

Las redes sociales funcionan como espacios para la discusión de diversos temas de interés social. El discurso que se genera en ellas funge como arenas de debate que influyen en la opinión pública de las sociedades.

Diversos movimientos sociales han visto su nacimiento en el mundo online y llevan a tomar acciones por parte de las y los usuarios en el mundo *offline* o establecer temas en las agendas sociales, políticas y mediáticas en un “ecosistema de concientización de noticias ciberfísicas novedoso y altamente participativo que fomenta el activismo digital, en el que los voluntarios contribuyen con contenido a las comunidades en línea” (Mahabir, Croitoru, Crooks, Agouris y Stefanidis, 2018 pp. 1).

Los fenómenos de migración suelen ser cubiertos por los medios de comunicación desde una perspectiva del conflicto y representan a los migrantes desde un ángulo de victimización (Van Dijk, 2008) porque forjan a partir de sus diversos relatos periodísticos una imagen negativa generalizada, puesto que son narrados “desde la violencia, la enfermedad, la posesión territorial –de los pasos fronterizos y los lugares públicos–. Los representan como inca-

paces de seguir las normas y valores establecidos, en suma, como sujetos no deseados detonadores de conflictos territoriales y sociales” (Castellanos y Prada, 2019, p. 924).

Con el auge de las redes sociales convergen en la esfera digital otro tipo de narrativas más apegadas a la consideración de los derechos humanos, el combate a la violencia xenofóbica y la desmitificación de amenaza latente. “Los más comunes, según la literatura, son la xenofobia, la victimización, la humanización y el reclamo por los derechos humanos de los individuos inmersos en el problema” (Nerghes y Lee, 2018, pp.271), quienes a la vez señalan que han logrado identificar “los patrones emergentes de etiquetado que pueden causar más desafección y tensión o provocar simpatía, y los sentimientos asociados con las diferentes etiquetas” (Lee y Nerghes, 2018, pp.1).

Los estudios de Jackson (2016), Jackson y Welles (2016), Siapera, Boudourides, Lenis y Suiter (2018) apuntan a que los discursos impulsados por los propios integrantes del grupo migratorio en cuestión juegan un papel fundamental en el posicionamiento de una narrativa alternativa, puesto que es una narrativa con altas cargas afectivas producto de los símbolos de identidad expuesta.

Los migrantes y refugiados sirios que usaron las redes sociales en la crisis humanitaria del 2015 fueron agentes importantes en el desarrollo del discurso. Lograron vincular las voces de los refugiados con públicos más amplios, propiciando así la polarización del discurso (Andén-Papadopoulos y Pantti, 2013). Por ejemplo, la aparición del activismo hashtag de #BlackLivesMatter –también ligado a fenómenos migratorios– ha generado nuevos contrapúblicos y movimientos sociales que han politizado y centralizado explícitamente la voz y las experiencias de los excluidos (Jackson, 2016; Jackson & Welles, 2016, en Siapera, Boudourides, Lenis, & Suiter, 2018, p.3).

Es por ello que la participación de diversos grupos resulta muy importante en el ejercicio de la contranarrativa con el fin de exponer ahí nuevos ángulos de la narración que logre visibilidad en el espacio público digital, que se puede entender como los entornos virtuales en donde se debaten temas de interés público que abonan al desarrollo de la opinión pública.

Son los puntos álgidos de discusión los que, en algunas ocasiones, logran colocar el debate en un nivel en el que ocurre la polarización y se crea un relato diferente que pone en discusión nuevas maneras de observar el fenómeno. De hecho, en el caso del movimiento #BlackLivesMatter, Freelon, McIlwain y Clark (2016) descubrieron que el movimiento logró pasar por alto a los principales medios y hacer circular una nueva narrativa de brutalidad policial que luego fue recogida y compartida por otros usuarios de Twitter en sus perfiles personales, poniendo en la agenda de los medios estos temas impulsados por las y los usuarios (Siapera, Boudourides, Lenis y Suiter, 2018, p.3). En este mismo estudio, se logró identificar que principalmente los *frames* en favor de

la imagen de los migrantes fue creado en redes sociales por organizaciones humanitarias, activistas, y algunos medios de comunicación que ofrecieron enfoques diferentes a los convencionales ofrecidos por la mayoría de los otros medios.

Desde una perspectiva de la ecología de los medios y la producción transmedial, Constanza Chock (2014) estudió cómo es que las contranarrativas impulsadas por activistas de los derechos de los migrantes; en especial la comunidad inmigrante mexicana en los Estados Unidos, utilizaron diversas estrategias de organización y producción transmedia para posicionar su narrativa en los medios convencionales durante el boicot y huelga laboral llamada “Un día sin un Inmigrante⁴” en mayo del 2006, también llamado *Great American Boycott*. Esto fue logrado mediante el establecimiento de redes activistas que trabajaron en generar presencia en medios alternativos que pusieran en la discusión nuevos enfoques.

Sus resultados apuntan a una que existió una importante influencia de estas contranarrativas para la acción social que terminó impactar en las decisiones políticas en temas de derechos laborales y derechos humanos de la inmigración en los Estados Unidos.

Wodak (2015), por ejemplo, analiza cómo el racismo, la discriminación y la exclusión, se manifiestan a través de estrategias discursivas que “sustentan la justificación/legitimación de la inclusión/exclusión y las construcciones de identidades” (Kreis R. 2017, p. 502). Muchos debates sobre inmigración y nacionalidad están vinculados a un lugar e ideologías como “nuestro” lugar “aquí” dentro de la UE o un estado europeo / cristiano / homogéneo / superior donde los “extranjeros” no pertenecientes” (Kreis R. 2017, p. 502).

Mediante el análisis de sentimientos en Twitter sobre la crisis de refugiados en Europa, Öztürk y Ayvaz (2018) lograron identificar que los tweets en idioma turco tenían una mayor carga positiva en comparación de los emitidos en inglés. Esto resulta muy interesante tomando en cuenta que Turquía jugó un papel relevante en cuestión de asilo para los refugiados sirios.

Otro elemento que puede impactar en la construcción de las contranarrativas son los hechos que ocurren durante el fenómeno. Nerghees y Lee (2019) identificaron que la narrativa en medios y en Twitter cambió a un tono más optimista a partir de la trágica muerte del pequeño niño de origen turco Aylan Kurdi, evento que tuvo un gran impacto mediático, poniendo el tema en el foco noticioso a nivel mundial.

Las posibilidades participativas de las redes sociales permiten que las narrativas se consoliden y puedan desafiar a las narrativas convencionales inyectando nuevas perspectivas. “Las narrativas creadas a través del encuadre de eventos pueden afectar

sistemáticamente la forma en que quienes las consumen llegan a comprender estos eventos” (Price, Tewksbury y Powers, 1997, en Nerghees y Lee, 2019, pp.276), y si estas se encuentran presentes en las narrativas propuestas fuera del mainstream de los medios masivos, pueden ser más visibles a las y los demás usuarios. Aunque queda claro que este impacto se dará sólo si existe exposición mediática a dichos contenidos, lo cual da juego a la impronta de la economía de la ratificación y a la lógica algorítmica. Por ello, un acontecimiento importante que forme parte del fenómeno como el antes mencionado puede dar un giro importante a la narrativa.

En perspectiva de comparación, se ha encontrado que en medios de comunicación masiva se genera un discurso neutral y amplio. En cambio, en Twitter se puede encontrar uno más “centrado y comprensivo”, al tiempo que, si bien las narrativas de Twitter pueden estar alineadas en temas con los medios, también pueden introducir nuevos temas a la discusión que amplían el panorama de encuadres posibles para analizar y entender el fenómeno (Nerghees y Lee, 2019, pp. 284). A decir de la autora y el autor de este estudio, los temas que fueron manejados en medios y en Twitter fue a partir del modelo de temas (LDA), el cual revela cómo las noticias y Twitter convergen y divergen. “A diferencia de los principales medios de comunicación, Twitter ofreció una narrativa alternativa y multifacética, no limitada por la geopolítica, creando conciencia y pidiendo solidaridad y empatía hacia los afectados” (Nerghees y Lee, 2019, pp. 275).

Los temas se extraen mediante el modelado de temas (LDA) y revelan cómo las noticias y Twitter convergen y también divergen. Demostramos que en las etapas iniciales de una crisis y tras la trágica muerte de Aylan, la discusión pública en Twitter fue muy positiva. A diferencia de los principales medios de comunicación, Twitter ofreció una narrativa alternativa y multifacética, no limitada por la geopolítica, creando conciencia y pidiendo solidaridad y empatía hacia los afectados.

Resulta muy interesante ver entonces que los usuarios de Twitter, al proponer una narrativa distinta, dan pie a empujar otros marcos de reconocimiento sobre los refugiados y/o migrantes, más cercanos a la simpatía y a la humanización, a la vez que son narrativas que conminan a ponerse en el lugar de las personas migrantes o refugiadas y/o promueven sus historias de éxito y exhortan a las figuras autorizadas a seguir un ejemplo de comprensión (Nerghees y Lee. 2019, pp .284), o también alientan discursos de rechazo, racismo y xenofobia. Las narrativas alternativas presentadas en Twitter reflejan el activismo digital, que se ha demostrado que se intensifica durante los períodos de mayor conciencia de una crisis (Mahabir, Croitoru, Crooks, Agouris y Stefanidis, 2018).

⁴ En el 2006, millones de personas se congregaron en protestas por una reforma integral contra las leyes de inmigración existentes en Estados Unidos. Las protestas comenzaron en respuesta a la propuesta legislativa conocida como H.R. 4437, que aumentaría las penalidades para la inmigración indocumentada, y clasificaría a los extranjeros indocumentados y a cualquier otra persona que los ayudase a entrar o permanecer en los Estados Unidos como criminales.

Las contranarrativas ayudan también a la disminución de la violencia contra los grupos que conforman comunidades de migrantes o refugiados porque las percepciones alimentadas por discursos de odio pueden llevar promover acciones contra las y los integrantes de los grupos señalado. La propagación de estos discursos lleva también a la justificación de las acciones en una retórica alineada a “la protección” de la nación, de la cultura o la economía del lugar por parte de las sociedades de acogida.

3. Los discursos de odio

Otra línea de investigación en cuanto a los discursos que se desarrollan en internet sobre la migración son los discursos de odio, enfoque que también se podría estudiar por separado, pero que también desarrollamos en este apartado por ser justo uno que emerge y se desarrolla en redes por parte de actores que, si bien pueden estar alineados a posturas o intereses políticos y económicos, no corresponden al tratamiento mediático masivo en su proceso de producción.

El discurso de odio ilegal, según lo definido por la UE, se refiere más específicamente a “toda conducta que incite públicamente a la violencia u odio dirigida contra un grupo de personas o un miembro de dicho grupo definido por referencia a raza, color, religión, ascendencia u origen nacional o étnico”. Calvert (1997) señala que todo daño causado por el discurso de odio involucra todos los elementos de los modelos de transmisión de comunicación (fuente, mensaje, canal y receptor) lo que significa que cualquier estrategia para comprender y combatir el discurso de odio en línea debe abordar un acercamiento desde la comunicación (Vázquez, & Pérez. 2019, p. 2). En este mismo sentido, estudios recientes han encontrado un vínculo entre el discurso de odio en línea en países como Alemania o los EE. UU y el aumento de los delitos de odio contra este grupo vulnerable (Müller & Schwarz, 2019).

Un análisis centrado en el nivel de creatividad para la conformación de discursos de odio complejiza la manera en la que se construyen cámaras de eco enfocadas al rechazo hacia la inmigración en Europa. Los resultados pragmáticos de participar en la retórica contra la inmigración siguen siendo los mismos: construyendo comunidades menos tolerantes, menos inclusivas y menos abiertas (de Saint Laurent, Glaveanu, & Chaudet, 2020, p. 1).

Una de las estrategias que las y los usuarios han implementado para construir nuevas narrativas tiene que ver con el uso de nuevas palabras y variaciones de eslogan que tienen una clara función de identidad y sirven al propósito pragmático de construir comunidad (de Saint Laurent, Glaveanu, & Chaudet, 2020, p. 1), lo que también habla de un alto nivel de alfabetización mediática digital por parte de estas comunidades, en donde se reconoce

formas malévolas de creatividad (Cropley et al., 2010), aquellas destinadas a afectar negativamente a los inmigrantes y sus perspectivas, así como a reconocer la creatividad del lenguaje (*un tipo de creatividad* que a menudo se ignora; Kaufman y Beghetto, 2009) puede aportar información valiosa para comprender un desafío global (de Saint Laurent, Glaveanu, & Chaudet, 2020, p. 12).

Se supone que los usuarios de las redes sociales recurren a la “inteligencia colectiva” para la identificación, la generación de ideas y la evaluación (Wagner y Jiang, 2012). Es por ello que investigar la creatividad lingüística se ha convertido en un área de estudio muy importante para la sociolingüística, en donde los investigadores pueden identificar nuevas estructuras lingüísticas gestadas en el mundo digital y que no se expresan en el lenguaje hablado.

Toma entonces una crucial relevancia el analizar los contradiscursos que se gestan en la esfera digital. En ellos se ven expresadas diversas posturas, convicciones y percepciones que moldean la opinión pública en torno un fenómeno cada vez más común y recurrente en el mundo actual. Estos estudios “se vuelven aún más importantes a medida que aumentan las posturas partidistas antiinmigrantes en Europa (o Estados Unidos y México) y las políticas de fronteras abiertas en Europa son cada vez más desafiadas” (Nerghes y Lee. 2019, pp. 284).

Los medios por lo general apuntan a una cobertura apegada a la visión institucional de gobierno, pero estudios como éstos contribuyen a una comprensión más holística de las narrativas de migración. Es pertinente pensar de manera más alentadora y ver que las redes sociales pueden impulsar movimientos sociales que generen discusión y causas más ajustadas a las demandas de solidaridad a nivel global. Por ejemplo, en 2014 la *American Dialect Society* votó #BlackLivesMatter como su Palabra del Año (Konnely, 2015). Colocar estos temas en la palestra del debate ayuda a que ideas colectivas se concreten y tengan efectos positivos en problemáticas de crisis de diversas índoles.

4. Narrativas en redes sociales: tendencias a partir del contexto geográfico, social, histórico y económico

El análisis de sentimientos es una técnica que permite recoger información de diversas características a partir de la recolección, almacenamiento y procesamiento de ágil de grandes cantidades de datos procesados a partir del aprendizaje computacional o *machine learning*.

Usar Twitter para la minería de opinión y la polarización de los usuarios es un tema muy amplio (Pang y Lee, 2008). Los métodos de análisis de sentimientos propuestos son muchos, principalmente basados en diccionarios y en técnicas de aprendizaje a través

de métodos no supervisados (Pak, & Paroubek, 2010 en Öztürk, & Ayvaz, 2018, pp5). Existen una serie de variaciones en cuanto al término de esta técnica de recolección y procesamiento de información. Taboada, Brooke, Tofiloski, Voll y Stede (2011, pp. 268) agrupan los siguientes:

análisis de sentimientos (Pang y Lee 2008), subjetividad (Lyons 1981; Langacker 1985), minería de opinión (Pang y Lee 2008), análisis de postura (Biber y Finegan 1988; Conrad y Biber 2000), evaluación (Martin y White 2005), punto de vista (Wiebe 1994; Scheibman 2002), evidencial (Chafe y Nichols, 1986), y algunos otros, sin expandirse a las disciplinas vecinas y el estudio de la emoción (Ketal 1975; Ortony, Clore y Collins 1988), y o los afectos (Batson, Shaw y Oleson 1992).

La técnica del análisis de sentimientos se ha venido utilizando de manera cada vez más frecuente y los estudios en esta materia son cada vez más comunes para el análisis de redes sociales en el campo de la comunicación y el mercadeo. Mediante el procesamiento del lenguaje natural se pueden realizar interpretaciones en discursos que tienen relación con “las ciencias de la gestión, las ciencias políticas, la economía y las ciencias sociales, ya que todos están afectados por las opiniones de las personas” (Pang y Lee. 2008, pp. 2).

Por otra parte, O’Connor (2010), dice que el sentimiento de Twitter está vinculado con las encuestas de opinión pública. Por otra parte, Tumasjan (2010), señala que el sentimiento de Twitter también se puede aplicar para predecir los resultados electorales (Pang y Lee. 2008, pp. 3), o también el marketing.

Respecto a uno de los acontecimientos de movilidad humana más recientes en la parte norte del continente americano, Reyes Vázquez & Barrios de la O (2019) realizaron un análisis de sentimientos en un corpus de tweets que se generaron durante una de las llamadas caravanas migrantes, o éxodos migrantes, que se gestaron en México y Centroamérica. Más precisamente la ocurrida en el mes de noviembre del 2019.

Este estudio pone en contexto la situación de política migratoria entre México y Estados Unidos, y refiere que, si bien en los tweets publicados en idioma español se percibe un discurso de rechazo y xenofobia hacia las y los integrantes de la caravana, también se puede observar una fuerte carga negativa en los mensajes publicados en inglés.

Apuntan a que puede haber una consonancia entre el discurso antimigratorio de Donal Trump y la reacción de las y los usuarios que se expresaron en inglés. Al tiempo que la postura xenófoba deliberadamente expresada por el Gobernador de Tijuana en el 2018, durante la caravana migrante más representativa en términos de tensión social y política; pudo haber tenido repercusiones en el discurso de rechazo

en los tweets en español. Sobre este hecho, Reyes Vázquez & Barrios de la O (2019, p. 14) señalan que

“Juan Manuel Gastélum, mantuvo una postura de rechazo ante el arribo de las caravanas, calificándolos de vagos y drogadictos. Aunado a esto, el servidor público desestimó la capacidad del gobierno federal para hacer frente a la crisis migratoria de la región”.

Respecto a la política migratoria de México y su discurso, el artículo apunta a que, si bien el gobierno de México plateó un discurso en favor de los derechos humanos y de las políticas internacionales sobre migración, las acciones de contención y enfrentamientos en la frontera sur no concuerdan con el posicionamiento institucional, creando confusión en la sociedad y tomando medidas que llevaron al enfrentamiento con los grupos de migrantes en un determinado periodo. Esto puede también repercutir en las reacciones de la sociedad de acogida que vio en la caravana una amenaza social, económica y de seguridad.

Esto puede verse en los resultados del análisis que realizaron Reyes Vázquez & Barrios de la O (2019), el cual señala que

aún cuando el discurso de los usuarios que escriben en español es predominantemente negativo (58.44% negativo y 41.56% positivo), el de los usuarios que escriben en inglés es superior (78.12% negativo y 21.88% positivo). Sin embargo, se ha criticado fuertemente el nacionalismo mexicano y se ha impuesto un estigma no solo sobre el migrante, sino también sobre el que no los acepta.

Aunque para poder medir esto de manera más asertiva sería necesario hacer un análisis de ese discurso que se desmarca del rechazo y la xenofobia, tomando una perspectiva de ver cómo ese discurso construye una identidad social que vea por el bien de los derechos humanos y el derecho a la seguridad de los grupos en movilidad.

El estudio de Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso (2016), que abordó la crisis de refugiados en Europa, muestra diferencias en el sentimiento positivo y negativo en diferentes países de la UE, en particular en el Reino Unido, y al comparar eventos, ubicaciones y percepción, subraya la dinámica de opinión y los prejuicios comunes con respecto a los refugiados.

Por otro lado, Heidenreich, Lind, Eberl y Boomgaarden (2019), señalan que el aspecto de la geografía pareció jugar un papel importante, particularmente en países de la ruta de los Balcanes. Durante el punto álgido de las crisis de refugiados en Europa, entre agosto y septiembre del 2015, el problema se enmarcó en un sentido hacia el conflicto fronterizo. La cobertura giró en torno a una discusión sobre si las fronteras debían cerrarse o mantenerse abiertas en países más alejados del conflicto. En cambio, la cobertura del Reino

Unido estuvo más enfocada a el campo de refugiados que se instaló en Calais, Francia.

Este mismo estudio demostró que “los países orientales en general son menos positivos que los países occidentales. En particular, Rusia y Turquía tienen un índice de sentimiento bajo probablemente porque están muy afectados por el flujo de llegadas” (Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso, 2016, pp. 1275). Al tiempo de que se pudo observar que Turquía muestra una percepción de sentimiento positiva, a pesar de que este país sigue siendo, con mucho, el punto de entrada único más grande para las nuevas llegadas al mar en el Mediterráneo, seguido de Italia.

Esto puede estar relacionado con el campo de refugiados ubicado en Grecia, que dio acilo a miles de sirios durante el lapso más fuerte de la crisis. Esta es otra señal de que la percepción de la sociedad puede estar relacionada con la política pública sobre inmigración del gobierno de dichas naciones. También, se pudo observar que países como Irlanda, Noruega o Portugal están menos interesados por el fenómeno y, por lo tanto, su percepción podría resultar más positiva (Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso, 2016, pp. 1275). A decir de quienes desarrollaron este estudio, el nivel de interés más bajo en la conversación que midieron durante el tiempo del estudio pudo ser a causa de que son países a los que en ese momento el fenómeno no estaba impactando directamente, a diferencia de lugares como España o Italia.

Un evento que logró incidir en la narrativa de Twitter sobre el fenómeno desde el ámbito político fue la donación de fondos para la causa por parte del Reino Unido. Esto fue producto de la presión social y política para que Reino Unido aceptara un mayor número de refugiados que se encontraban en Francia pidiendo asilo en Reino Unido. Lo cual derivó en una consulta pública. El diario El Mundo de España apunta que

el ‘volantazo’ de Cameron ha coincidido con la petición, suscrita por más de 250.000 británicos y canalizada a través de change.org y el diario de ‘The Independent’, reclamando acción han firmado una petición dirigida al ‘premier’ David Cameron y al Parlamento pidiendo la apertura de las fronteras y el establecimiento de una cuota mínima de refugiados bajo el hashtag #refugeeswelcome (Fresneda C, 2015, 9 de abril, El Mundo).

Aunado a esto, el mandatario británico publicó en su cuenta de Twitter el 4 de septiembre del 2015:

“The UK will provide resettlement for more Syrian refugees, taking them from camps. This is on top of our existing £900m programme (1/2).” (David Cameron on (2015, 4 septiembre). [Tweet]. Twitter).

A partir de esto, la narrativa en redes sociales se tornó hacia una tendencia más positiva. “Encontra-

mos noticias sobre ese período de la BBC y creemos que el aumento en la polarización del sentimiento podría deberse principalmente a la decisión del primer ministro Cameron de actuar con “cabeza y corazón” para ayudar a los refugiados (Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso, 2016, pp. 1276).

A partir de este hecho, se generó una ola de noticias positivas en el Reino Unido que se vieron acompañadas de un aumento en el sentimiento positivo y el volumen de tweets relevantes. Lo que demuestra que la posición del Primer Ministro influyó hacia una reacción de los usuarios que mostraron una postura de apoyo a los refugiados en sus mensajes. La cobertura de los medios proporciona un telón de fondo esencial para la formación de la opinión pública, la movilización política y el apoyo político (Gamson y Modigliani, 1989).

Por otro lado, en Francia se gestaron narrativas con tendencia del sentimiento más negativos. El estudio señala que probablemente esto se deba a la situación en la que la movidi de refugiados en Calais (el campo de refugiados ahí ubicado). Según un artículo del diario El País, titulado *La Jungla de Calais, un infierno en la tierra de asilo*, señala que

entre 4.000 y 6.000 personas se hacían en tiendas de tela y plásticos sin las condiciones higiénicas más básicas y su población va en aumento. Sirios, eritreos, sudaneses, iraquíes y afganos llegan a diario con la esperanza de cruzar al Reino Unido por el canal de la Mancha (Cañas, G. 2015, 7 octubre. *La Jungla de Calais, un infierno en la tierra de asilo*. *EL PAÍS*).

El estudio previamente mencionado de Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego, y Renso (2016, pp. 1276) encontró que las noticias sobre personas que trataban de cruzar al Reino Unido pudieron haber tenido un impacto negativo, “mientras que un pico positivo aparece en correspondencia con las noticias del niño sirio que apareció ahogado en las costas del mediterráneo”.

Otro aspecto a destacar en este estudio (Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego, y Renso, 2016) es que se logró tipificar la percepción “interna y externa”. Es decir, la connotación de pertenencia de quienes adoptan una posición del lugar al que pertenecen para referirse a sí mismos como parte de un lugar, así como el origen de las personas que no pertenecen a cierta nación y que busca un sentido de diferenciación de “el otro” externo. En esta, se denota la percepción interna como el sentimiento de un usuario cuando menciona a su propio país o a una ciudad. La expresión externa se refiere a los mensajes sin referencia interna, que no refieren a un país o ciudad en específico.

En la comparación de los mapas que se generaron a partir de la geolocalización de los tweets mediante el análisis de redes y la identificación del origen de los tweets, se pudo observar que la percepción “inter-

na” y “externa” fue estable en Reino Unido y Suecia. Por otro lado, el sentimiento interno fue más bajo que el externo, como lo fueron Francia, Rusia y Turquía, países que enfrentaban momentos críticos debido a la llegada de los refugiados a sus fronteras.

También dejan ver que las tendencias más comunes en el discurso sobre migración son por un lado el de la solidaridad y por otro el de la xenofobia y el rechazo a las políticas en pro de la inmigración. Uno de los principales retos que vislumbran estas tendencias de discursos es el de la integración de los derechos humanos a las agendas públicas y políticas de los países receptores. Las necesidades básicas de las personas desplazadas por distintas razones entran en discusión de quienes habitan y dirigen dichos países, creando así una serie de *frames* mediáticos que muestran diversas posiciones. En este sentido, Holmes y Castañeda (2016), quienes también analizaron el fenómeno de la crisis de refugiados del 2015, pero desde las representaciones social, quienes señalan que:

Las representaciones de refugiados en los medios de comunicación y el discurso político en relación con Alemania participan en una “guerra de posición” gramsciana sobre símbolos, políticas y, en última instancia, recursos sociales y materiales, con consecuencias potencialmente fatales (Holmes y Castañeda, 2016).

Estas representaciones tienen importantes influencias en las personas desplazadas, ya que transfieren la culpa de las estructuras de carácter histórico, político y económico (Holmes y Castañeda, 2016). Estos mismos autores lograron ver que, a partir de que Alemania abrió sus fronteras a los refugiados sirios, la tendencia del sentimiento se tornó más positivo en este país.

En otro sentido, Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden (2019) analizaron el discurso político de actores políticos a través de un análisis de contenido automatizado, poniendo atención a la inclinación ideológica sobre procesos migratorios en seis países del continente europeo; España, Reino Unido, Alemania, Suecia y Polonia. Es novedoso ver en sus hallazgos que, aunque sus resultados no son los suficientes para “suponer que los partidos de inclinación hacia la derecha hablan más, y más negativamente sobre la migración, nuestros resultados sugieren un patrón distinto que se aplica a los partidos tanto de extrema izquierda como de extrema derecha” (Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden, 2019, p.1). Este estudio también apunta que los actores de partidos políticos de extrema izquierda y extrema derecha abordan los temas de migración de manera más refulente y más negativa que los políticos de corrientes más moderadas.

En este caso, la etnografía virtual (Hine, 2004) brinda una mirada crucial para contextualizar fenómenos de migración con un marco argumentativo compuesto no sólo desde las teorías de la comunica-

ción, sino que da cuenta de la importancia de una mirada multidisciplinar en los fenómenos migratorios que constantemente ocurren a nivel global, puesto que:

El potencial de la etnografía para vincular la experiencia humana individual con las estructuras sociales, políticas y económicas a nivel macro puede desafiar los medios teóricos y comunes abstractos y los marcos políticos dentro de los cuales se entiende a los refugiados (Harrell-Bond y Voutira 1992; King y Wood 2001, en Holmes y Castañeda, 2016, p.20).

En lo que respecta a las figuras centrales en los debates sobre migración y refugiados, Nerghes y Lee (2018), encontraron que “los usuarios populares de Twitter, así como los tweets populares, se caracterizan por una menor intensidad emocional y un poco menos de positividad en el debate”. Al referirse a los usuarios más populares, la autora y el autor hacen alusión a los perfiles con mayor centralidad en la discusión que se desprendió del corpus analizado.

Por otra parte, Siapera, Boudourides, Lenis y Suiter (2018) señalan que la mayor influencia y centralidad se dio por parte de unos cuantos usuarios, que responden a intereses políticos específicos de algunos países involucrados en la crisis de refugiados, así como de los Estados Unidos. Sobre actores externos a la Unión Europea que tuvieron fuerte injerencia en la discusión, este artículo muestra que:

mientras la prensa de la UE narra la “crisis” de refugiados como un problema principalmente europeo (cf. Georgiou y Zaborowski, 2017), nuestros hallazgos demuestran un papel importante desempeñado por los actores políticos estadounidenses, así como hashtags que aluden a problemas relacionados con el refugio en Australia y Canadá (Siapera, Boudourides, Lenis y Suiter, 2018, pp. 17)

En términos de los usuarios con mayor visibilidad en la discusión, los mismos autores encontraron que fueron pocos los usuarios “comunes” quienes formaron parte de este grupo. La mayoría de estas cuentas estuvieron vinculadas a las campañas de Donald Trump. Esto deja ver que el poder de visibilidad en la red y capacidad para establecer agenda en Twitter está concentrado en algunas cuentas que cuentan ya con un número importante de seguidores y que marcan pauta en la discusión, al tiempo de que su actividad muestra un incremento en los periodos de mayor crisis y luego muestra una disminución importante.

De nuevo, en relación con el aspecto geográfico de la actividad Siapera, Boudourides, Lenis y Suiter (2018, pp. 17) notaron que, si bien los marcos de seguridad se hicieron cargo de la historia de París (ataques terroristas), mientras que los humanitarios se hicieron cargo de la historia de Idomeni (campo de refugiados en Grecia), lo que indica que los eventos

juegan un papel en términos de los marcos utilizados para representar los hechos.

Por otra parte, Öztürk y Ayvaz (2018) señalan que Turquía actualmente alberga la mayor cantidad de refugiados sirios y los tweets turcos llevaron información para reflejar la percepción pública de un país de acogida de refugiados. En este estudio también se logró observar que, en los tweets de la comunidad turca, los detalles de la guerra cercana a sus fronteras fueron más continuos, mientras que la comunidad de Inglaterra discutía cuestiones más apegadas hacia la discusión de la legalidad de los inmigrantes y las políticas migratorias del Reino Unido (Öztürk y Ayvaz, 2018, pp. 22).

Otro estudio que van en el sentido del análisis de sentimientos sobre la crisis de los refugiados es el llevado a cabo por Vázquez, y Pérez (2019) en España. Los hallazgos de esta investigación indican que a la llegada del barco Aquarius⁵ a las costas españolas, los mensajes en Twitter estuvieron cargados de apoyo humanitario, pero que luego, “la cantidad de discurso de odio en línea contra los refugiados aumentó después del anuncio oficial del Gobierno de aceptar a los solicitantes de asilo, pero paradójicamente aumentando los sentimientos positivos” (Vázquez y Pérez, 2019, p. 4).

La crisis de los refugiados desplazó los discursos migratorios (al menos en parte) del nivel transnacional (es decir, la Unión Europea) y es relevante para los partidos políticos en todo el espectro ideológico (Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden, 2019). Sobre todo, si se toman en cuenta las medidas que los países integrantes de la UE toman ante la situación, comprendiendo que las acciones de uno impactan en los demás como bloque político, económico social y cultural.

Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden (2019) advierten que es necesario observar el discurso de los políticos a través de un análisis de contenido automatizado a partir de la categorización de países receptores o no receptores. Señalan que esto es importante puesto que estas dos categorías dan cuenta de las garantías de protección de los derechos humanos de las personas que realizan la migración;

si bien el discurso en ambos tipos de países tiende a centrarse en los resultados macroeconómicos, el primero puede enfatizar las consecuencias de la migración para la nación receptora, mientras que en los países no receptores los aspectos humanitarios pueden aparecer con mayor frecuencia (Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden, 2019, pp.4).

Este mismo estudio se demostró que “los políticos de los países receptores dan más importancia al tema de la migración en Facebook que los de los países no receptores”, dejando ver que es la red social que

toman más en cuenta para manejar una estrategia de comunicación política referente a la migración.

A la luz de estos estudios, encontramos que un punto importante en las investigaciones que abordan los temas de migración en la esfera pública digital tiende a obtener datos referentes a los diferentes contextos sociales, políticos, culturales y geopolíticos que provocan variaciones en los resultados. Esto ayuda a entender de manera más general las posibles variaciones en las reacciones de las y los usuarios en los debates públicos respecto a procesos migratorios.

A la vez, ayuda a entender, por ejemplo, cómo es que las acciones políticas terminan por impactar en las narrativas mediáticas y en el desarrollo del discurso sobre determinado tema en Twitter, o cómo es que los eventos que cobran relevancia modifican las acciones de los usuarios, redefiniendo las tendencias del discurso que reconstruye la información a la que se accede para construir un esquema de comprensión del fenómeno más amplio y que cambie la manera en la que la sociedad reacciona y acciona ante este tipo de fenómenos.

5. La construcción mediática del encuadre: el papel de los medios y su impacto en los usuarios de redes sociales

En este capítulo trataremos de desarrollar una discusión encaminada a ofrecer un marco referencial que nos ayude a entender el camino de la investigación en cuanto a la construcción del encuadre por parte de los medios de comunicación, su producción de contenido sobre fenómenos de migración y cómo este impacta en la discusión de las redes sociales. Es necesario entender cómo medios, actores sociales y políticos, y usuarios que utilizan redes sociales, juegan un papel importante en el desarrollo de la opinión pública. Aquí es también necesario mencionar que no sólo los medios son los que construyen los encuadres mediáticos sobre la movilidad humana. La lógica de construcción de *frames* incluye también a las figuras políticas, ONG's, instituciones sin fines de lucro y demás entes que contribuyen a la construcción encuadres desde sus propios canales de comunicación.

La cobertura de los medios masivos contribuye a la construcción de sentido de las sociedades que por medio de la interacción comparten las representaciones de los migrantes y refugiados y que “tienen más consecuencias sobre las actitudes, sentimientos e incluso comportamientos hacia los refugiados (Quinsaat, 2014; Robin, 2004; Zembylas, 2010, en Nerghes, A., & Lee, J. S, 2019, pp 276).

Backfried y Shalunts (2016) discuten sobre la manera en que los usuarios construyeron su marco de percepción de la crisis migratoria y de refugiados en

⁵ Desde febrero de 2016 lo utiliza SOS Méditerranée y MSF como buque de salvamento para migrantes y refugiados que hacen la travesía mediterránea en embarcaciones improvisadas de Libia a Italia, en el contexto de la crisis de los refugiados en Europa.

Europa en 2016, y señalan que “el análisis de sentimientos (SA) aborda el problema de determinar la objetividad o polaridad del *input*”. En este estudio, “la distribución del sentimiento en los medios tradicionales fue sustancialmente diferente a la de las redes sociales, y se publicó contenido más neutral en los medios tradicionales” (Backfried, G., & Shalunts, G. 2016, pp. 239).

Los debates públicos sobre cuestiones migratorias, como hemos visto a lo largo de este artículo son importantes para las naciones hoy en día. “La cobertura de los medios de comunicación puede tener efectos considerables en las actitudes del público hacia la inmigración y el impacto percibido de la inmigración (Chauzy y Appave, 2014). Por lo tanto, el conocimiento sobre la cobertura de noticias relacionadas con la inmigración y sus efectos en las percepciones y actitudes de los ciudadanos puede ser importante para comprender los cambios que se avecinan en las políticas de inmigración” (Burscher, van Spanje, & de Vreese, 2015, pp.207), así como la creciente oleada de tendencias políticas con ideales anti inmigratorias.

Además, “los eventos del mundo real dan forma al discurso durante un período corto de tiempo, mientras que los cambios en el panorama político pueden conducir a cambios a más largo plazo”. Es decir, conformen los fenómenos en el mundo real, la imagen de éstos se está forjando casi en tiempo real gracias a la mediatización que existe entre medios y audiencias, mientras que las regulaciones para contrarrestar o tratar de cambiar la percepción negativa toman más tiempo.

Desde una perspectiva de los estudios de recepción, según (Eberl, Meltzer, Heidenreich, Herrero, Theorin, Lind, & Strömbäck, 2018 p.217) “la relevancia de los temas de inmigración en la cobertura de los medios eventualmente influye en las actitudes políticas de la audiencia, así como en las preferencias partidistas”. Como se pudo observar previo al proceso de elecciones del 2020, Donald Trump siguió arremetiendo a través de su discurso en contra de la migración hacia los Estados Unidos como estrategia política para buscar la reelección.

Un claro ejemplo de esto es la etiqueta especial que aglutina temas referentes a la migración de la cadena Fox News, titulada *Illegal Immigrants*, (<https://www.foxnews.com/category/us/immigration/illegal-immigrants>), la cual goza de una nutrida y constante publicación de artículos que retratan la migración desde el conflicto, la inseguridad y las amenazas culturales y económicas que la migración podría representar a los Estados Unidos.

Esta constante reproducción y consumo de contenidos elaborados por una cadena de tanto impacto en un país como los Estados Unidos puede tener fuertes repercusiones en la manera en la que la sociedad concibe a las personas migrantes. Tal y como concluyen (Eberl, Meltzer, Heidenreich, Herrero, Theorin, Lind, & Strömbäck, 2018 p.217), la cobertura de los medios

mayoritariamente negativa de la inmigración puede conducir a la activación de cogniciones estereotipadas de los grupos de migrantes. Cuando la audiencia se ve expuesta repetidamente a mensajes negativos de los medios a lo largo del tiempo, este efecto puede verse reforzado y, a la larga, influir en las percepciones de los actores políticos.

Tomando en cuenta estas consideraciones sobre el papel de los medios en la percepción de la migración, Kreis (2017, p. 511) señala que el foco de la línea de argumentación a la hora de retratar a migrantes o refugiados radica en compartir y recircular eventos, historias, artículos o imágenes donde los refugiados e inmigrantes que son representados como delincuentes y explotadores (Kreis, 2017, p. 511). Además, los nombres, las atribuciones y los argumentos se utilizan para construir discursivamente una identidad nacional o europea, por un lado, y los migrantes como “delincuentes” y “miembros de grupos externos” por el otro (Kreis R. 2017, p. 511).

Siapera, Boudourides, Lenis, & Suiter (2018) buscaron averiguar quién está hablando de refugiados en Twitter y cuáles son los nuevos centros relevantes, así como identificar los marcos con los que se encuadra el tema. Sobre esto encontraron que, si bien la historia emergente (en redes) es más matizada, plural y complicada en comparación con la que emerge en los principales medios, los marcos principales siguen siendo los mismos.

Otro aspecto interesante en esta investigación es el hecho de que conforme se desarrolló la crisis, la variedad de encuadres en los medios disminuyó, ocasionando una modificación de la cobertura en términos de pluralidad de miradas. Durante las fases más intensas de la crisis, los patrones de encuadre de los periódicos sensacionalistas y los medios de calidad se vuelven muy similares (Greussing, & Boomgaarden, 2017, p.1749).

Adina Nerghes y Ju-Sung Lee (2018) enfocaron su análisis en la lucha simultánea sobre el significado, la legitimación y el poder en las representaciones de la crisis de refugiados, a través de la lente específica de Twitter” (Nerghes, & Lee, 2018, p. 271). Como resultado estos autores señalan la dicotomía que existe entre nombrar a estos grupos con una característica muy peculiar, que es la de “el refugiado “merecedor” versus el migrante “no merecedor”. Así mismo, lograron identificar que unos patrones emergentes de etiquetado pueden ocasionar más desafección y tensión o provocar mayor simpatía en los sentimientos que se asocian a cada etiqueta. Esto quiere decir entonces que, si los medios eligen determinados términos o etiquetas para retratar a los grupos de personas, están también alentando una cierta construcción de la representación mediática de los migrantes al circular sus contenidos en redes para alimentar el debate en redes.

En este estudio lograron también elaborar “un modelo cuatridimensional de interpretación de etiquetas en relación con el sentimiento, que da cuenta de la agencia percibida, el costo económico, la permanencia y la amenaza, e identifica la amenaza y la agencia como las más impactantes” (Lee, J & Nerghes, 2018, p.1). Este resulta muy útil para futuras investigaciones de esta índole, porque representa un marco conceptual más específico.

Dicho esto, podemos inferir que tanto los medios como las redes sociales producen y circulan encuadres que moldean la manera de ver e interpretar un mismo hecho. Al emplear ciertas etiquetas, palabras o frases comunes como refugiados, crisis de refugiados, migrantes, crisis de migrantes, inmigrantes, sirios, solicitantes de acilo, etc, en contextos de comunicación “puede afectar a los receptores al enfatizar diferentes marcos para la evaluación del mismo problema o evento (Chong y Druckman, 2007; Druckman, 2011; Entman, 1993; Goffman, 1974; Rohan, 2000, en Lee, J & Nerghes, 2018, p2). A partir del trabajo de Goffman (1974), entendemos que los marcos provocan, además de restringir, las actividades interpretativas de las audiencias (Pan y Kosicki, 1993, en Lee & Nerghes. 2018, p2) y son estos encuadres los que se pasan de una agenda a otra, tanto la mediática como la que se genera en la esfera pública digital.

6. Conclusiones

El repaso de las investigaciones que relacionan a la comunicación y los procesos de movilidad humana que se han desarrollado hasta ahora, permiten observar la compleja y variada relación desde la que se pueden abordar estos procesos para entender de mejor manera cómo se construyen las diferentes realidades sociales en torno a la migración.

Los medios de comunicación vistos como entes sociales, las redes sociales digitales en manos de las sociedades y los sistemas políticos se encuentran en diversos puntos y es esta interacción la que da pie a los análisis desde diversas perspectivas teóricas y metodológicas que pueden alumbrar las diversas realidades para comprender esta relación de manera más completa y con enfoques diversos,

Las redes sociales por un lado tienen el poder de instalar en las agendas sociales, mediáticas y políticas diferentes perspectivas de los procesos de movilidad humana. Esto puede verse como un pro del uso de estas, puesto que pueden ofrecer diferentes formas de observar y comprender los fenómenos de migración con enfoques distintos a los de las narrativas mediáticas y gubernamentales. Pero en esta libertad de expresión y posicionamiento de ideas y enfoques pueden emerger las partes más negativas

de la sociedad a través del rechazo a las personas, la xenofobia, el racismo y el odio. Esto puede ser de graves implicaciones para la seguridad de quienes realizan el proceso migratorio, que a la vez funcionan como espacios de generación de sentido y conformación de la imagen socialmente compartida del proceso migratorio.

Así mismo, la literatura permite ver cómo es que la economía de la datificación, y la inteligencia artificial, ofrece amplios enfoques para el análisis de los diversos contextos en los que se desarrollan los procesos de movilidad humana, en el sentido del papel que juegan las plataformas de redes sociales que funcionan como arenas de debate de los temas de interés público. Estos estudios apuntan a una comprensión más precisa en cuanto a los contextos sociales, políticos, económicos y sociales dentro de las regiones en las que los procesos migratorios ocurren.

Apoyados por los análisis computacionales, y desde diversas perspectivas teóricas, el campo de la comunicación ha establecido líneas de investigación capaces de llegar más a fondo entre la relación migración, comunicación y sociedad. Aunque también es necesario resaltar que es necesaria la transdisciplinariedad para un aporte de al conocimiento desde diversas perspectivas, como lo son las ciencias políticas, la antropología, la sociología, el derecho, la economía, la historia, entre otras.

Por último, el repaso del campo de investigación permite observar que los medios de comunicación son entes con un poder de influencia alto entre la sociedad. Su papel es determinante en la manera en la que las sociedades acceden a las realidades de estos procesos y crean sus ideas y posicionamientos ante el fenómeno. Los constantes aportes del campo académico como los realizados por Teun Van Dijk (2006, 2007, 2008 et.al) en cuanto a la migración y los medios nos permiten ver que, regularmente, los medios retratan el fenómeno de la migración desde el conflicto y la estigmatización.

En ese sentido, las repercusiones de estos retratos en las narrativas en redes sociales digitales se reproducen y fortalecen. Es por ello que para el mejoramiento de trato informativo que la prensa hace de los procesos migratorios se requiere una conciencia sobre los posibles encuadres que los medios ofrecen a sus audiencias, puesto que son los medios los principales generadores de representaciones de las personas que deciden o se ven obligadas a migrar.

Este trabajo también permite visualizar futuras investigaciones sobre el campo de la comunicación y la migración, en el sentido de que ofrece diversas líneas de acción, metodologías y enfoques teóricos desde los que se pueden estudiar otros procesos migratorios con sus respectivos contextos y latitudes globales.

7. Referencias bibliográficas

- Aguirre, J. L. (2014). Actores, relaciones y estructuras: introducción al análisis de redes sociales.
- Andén-Papadopoulos, K., & Pantti, M. (2013). The media work of Syrian diaspora activists: Brokering between the protest and mainstream media. *International Journal of Communication*, 7, 22.
- Backfried, G., & Shalunts, G. (2016, October). Sentiment analysis of media in German on the refugee crisis in Europe. In *International Conference on Information Systems for Crisis Response and Management in Mediterranean Countries* (pp. 234-241). Springer, Cham.
- Bardin, L. (1986). El análisis de contenido (Trad. de César Suárez). Madrid, Akal Universitaria.
- Bizer, G. Y., Larsen, J. T., & Petty, R. E. (2011). Exploring the valence framing effect: Negative framing enhances attitude strength. *Political Psychology*, 32(1), 59-80.
- Calvert, C. (1997). Hate speech and its harms: A communication theory perspective. *Journal of Communication*, 47(1), 4-19.
- Cañas, G. (2015, 7 octubre). La Jungla de Calais, un infierno en la tierra de asilo. *EL PAÍS*. https://elpais.com/internacional/2015/10/06/actualidad/1444149833_636094.html
- Coletto, M., Esuli, A., Lucchese, C., Muntean, C. I., Nardini, F. M., Perego, R., & Renso, C. (2016, August). Sentiment-enhanced multidimensional analysis of online social networks: Perception of the Mediterranean refugees crisis. In *2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)* (pp. 1270-1277). IEEE.
- Costanza-Chock, S. (2014). *Out of the shadows, into the streets!: Transmedia organizing and the immigrant rights movement* (p. 296). The MIT Press.
- David Cameron on. (2015, 4 septiembre). [Tweet]. Twitter. https://twitter.com/David_Cameron/status/639745235111833600?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E639745235111833600%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.elmundo.es%2Finternacional%2F2015%2F09%2F04%2F55e9767246163fbd1b8b4577.html
- de Saint Laurent, C., Glaveanu, V., & Chaudet, C. (2020). Malevolent creativity and social media: Creating anti-immigration communities on Twitter. *Creativity Research Journal*, 32(1), 66-80.
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96.
- Díaz, J. C., & Penagos, R. P. (2020). Representaciones de los migrantes venezolanos en los diarios fronterizos colombianos. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, (26), 915-926.
- Dobrowsky, D. (2012). Constructing identity on social networks. An analysis of competences of communication constituted on Facebook. com. *Central European Journal of Communication*, 5(08), 91-103.
- Eberl, J. M., Meltzer, C. E., Heidenreich, T., Herrero, B., Theorin, N., Lind, F., ... & Strömbäck, J. (2018). The European media discourse on immigration and its effects: A literature review. *Annals of the International Communication Association*, 42(3), 207-223.
- Eberl, J. M., Wagner, M., & Boomgaarden, H. G. (2017). Are perceptions of candidate traits shaped by the media? The effects of three types of media bias. *The International Journal of Press/Politics*, 22(1), 111-132.
- Freelon, D., McIlwain, C. D., & Clark, M. (2016). Beyond the hashtags: # Ferguson, # Blacklivesmatter, and the online struggle for offline justice. *Center for Media & Social Impact, American University, Forthcoming*.
- Fresneda, C. (2015, 9 abril). Cameron se compromete a aceptar «miles de refugiados». *ELMUNDO*. <https://www.elmundo.es/internacional/2015/09/04/55e9767246163fbd1b8b4577.html>
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American journal of sociology*, 95(1), 1-37.
- Ganda, M. (2014). Social media and self: Influences on the formation of identity and understanding of self through social networking sites.
- Gayo-Avello, D. (2012). No, you cannot predict elections with Twitter. *IEEE Internet Computing*, 16(6), 91-94.
- Greussing, E., & Boomgaarden, H. G. (2017). Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe's 2015 refugee crisis. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(11), 1749-1774.
- Gündüz, U. (2017). The effect of social media on identity construction. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5), 85-85.
- Heidenreich, T., Eberl, J. M., Lind, F., & Boomgaarden, H. (2019). Political migration discourses on social media: a comparative perspective on visibility and sentiment across political Facebook accounts in Europe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 1-20.
- Heivadi, T., & Khajeheian, D. (2013). Construction of social identity in social media: An investigation of Iranian users' appearance in Facebook. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(12), 547.
- Hine, C. (2004). Virtual ethnography revisited. *Paper summary prepared for session on online research methods, research methods festival Oxford, 1*.
- Holmes, S. M., & Castañeda, H. (2016). Representing the "European refugee crisis" in Germany and beyond: Deservingness and difference, life and death. *American Ethnologist*, 43(1), 12-24.

- Konnolly, A. (2015). # Activism: Identity, affiliation, and political discourse-making on Twitter. *The Arbutus Review*, 6(1), 1-16.
- Kreis, R. (2017). # refugeesnotwelcome: Anti-refugee discourse on Twitter. *Discourse & Communication*, 11(5), 498-514.
- Lee, J. S., & Nerghe, A. (2018). Refugee or migrant crisis? Labels, perceived agency, and sentiment polarity in online discussions. *Social Media+ Society*, 4(3), 2056305118785638.
- Mahabir, R., Croitoru, A., Crooks, A., Agouris, P., & Stefanidis, A. (2018). News coverage, digital activism, and geographical saliency: A case study of refugee camps and volunteered geographical information. *PloS one*, 13(11), e0206825.
- Meneses, M. E., Martín-del-Campo, A., & Rueda-Zárate, H. (2018). # TrumpenMéxico. Acción conectiva transnacional en Twitter y la disputa por el muro fronterizo. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 26(55), 39-48.
- Müller, K., & Schwarz, C. (2019). Fanning the flames of hate: Social media and hate crime. Available at SSRN 3082972.
- Nerghe, A., & Lee, J. S. (2019). Narratives of the refugee crisis: A comparative study of mainstream-media and Twitter. *Media and Communication*, 7(2 Refugee Crises Disclosed), 275-288.
- O'Neill, S., Williams, H. T., Kurz, T., Wiersma, B., & Boykoff, M. (2015). Dominant frames in legacy and social media coverage of the IPCC Fifth Assessment Report. *Nature Climate Change*, 5(4), 380-385.
- Öztürk, N., & Ayvaz, S. (2018). Sentiment analysis on Twitter: A text mining approach to the Syrian refugee crisis. *Tele-matics and Informatics*, 35(1), 136-147.
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends® in Information Retrieval*, 2(1-2), 1-135.
- Peddinti, S. T., Ross, K. W., & Cappos, J. (2014, October). "On the internet, nobody knows you're a dog" a twitter case study of anonymity in social networks. In *Proceedings of the second ACM conference on Online social networks* (pp. 83-94).
- Pérez-Chirinos Churruca, V. (2012). Identidad y redes sociales: construcción narrativa del yo hipertextual.
- Reyes Vázquez, J.F., & Barrios de la O, M.I. (2019). El comportamiento de los usuarios de Twitter respecto al tema de la Caravana Migrante a través del Sentiment Analysis (SA), 2019. *Revista de la Asociación Mexicana de Ciencias Políticas*, 13. https://www.academia.edu/41628985/El_comportamiento_de_los_usuarios_de_Twitter_respecto_al_tema_de_la_Caravana_Migrante_a_trav%C3%A9s_del_Sentiment_Analysis_SA_2019
- Rodríguez, D. E. A., & Hung, E. S. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona próxima*, (12), 190-207.
- Sassen, C. (2005). *Linguistic dimensions of crisis talk: Formalising structures in a controlled language* (Vol. 136). John Benjamins Publishing.
- Siapera, E., Boudourides, M., Lenis, S., & Suiter, J. (2018). Refugees and network publics on Twitter: Networked framing, affect, and capture. *Social Media+ Society*, 4(1), 2056305118764437.
- Soroka, S., Young, L., & Balmas, M. (2015). Bad news or mad news? Sentiment scoring of negativity, fear, and anger in news content. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 659(1), 108-121.
- Taboada, M., Brooke, J., Tofiloski, M., Voll, K., & Stede, M. (2011). Lexicon-based methods for sentiment analysis. *Computational linguistics*, 37(2), 267-307.
- Van Dijk, T.A (2008). Semántica del discurso e ideología. *Discurso & Sociedad*, 2(1), 201-261.
- Van Dijk, T.A. (1999). *Ideología: Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- Van Dijk, T.A. (2007). *Discursos sobre la inmigración en España: los medios de comunicación, los parlamentos y las administraciones*. Fundacio Cidob.
- Van Dijk, T.A. (2008). Reproducir el racismo: el rol de la prensa. In *La inmigración sale a la calle: comunicación y discursos políticos sobre el fenómeno migratorio* (pp. 19-50). Icaria.
- Van Dijk, T. A., Rodrigo, M., Granados, A., Lorite, N., Mohamer, M., Mustapha, T., & Bastida, M. (2006). *Medios de comunicación e inmigración*. Convivir sin racismo.
- Van Klingeren, M., Boomgaarden, H. G., Vliegthart, R., & De Vreese, C. H. (2015). Real world is not enough: The media as an additional source of negative attitudes toward immigration, comparing Denmark and the Netherlands. *European Sociological Review*, 31(3), 268-283.
- Vázquez, M. F., & Pérez, F. S. (2019, October). Hate Speech in Spain Against Aquarius Refugees 2018 in Twitter. In *Proceedings of the Seventh International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality* (pp. 906-910). ACM
- Wikipedia contributors. (2017, 17 febrero). *Day Without Immigrant*
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. Sage.
- Zhuojun, W., & Hualing, H. (2014). National identity in the era of globalization: Crisis and reconstruction. *Social Sciences in China*, 35(2), 139-154.
- Fresneda, C. (2015, 9 abril). Cameron se compromete a aceptar «miles de refugiados». *ELMUNDO*:<https://www.elmundo.es/internacional/2015/09/04/55e9767246163fbd1b8b4577.html>
- Illegal Immigrants. (2020, 29 diciembre). *Fox News*. <https://www.foxnews.com/category/us/immigration/illegal-immigrants>

Cañas, G. (2015, 7 octubre). La Jungla de Calais, un infierno en la tierra de asilo. *EL PAÍS*. https://elpais.com/internacional/2015/10/06/actualidad/1444149833_636094.html

Ernesto Navarro-López. Licenciado en Periodismo por la Universidad de Guadalajara (UdeG). Maestrante en Comunicación en la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Asistente de Investigación en el Departamento de Comunicación de la misma Universidad. Fue Jefe de Unidad de Comunicación y Difusión en Centro Universitario de Los Altos de la Universidad de Guadalajara. Coeditor web en el periódico Mural de Grupo Reforma. Reportero en La Gaceta de la Universidad de Guadalajara y productor en Radio Universidad de Guadalajara, Ocotlán. Fue también colaborador en Radio Universidad de Santiago de Cali, en Cali, Colombia. Actualmente desarrolla una tesis sobre las representaciones sociales y la construcción de identidad digital en el discurso en Twitter sobre la Caravana Migrante en México del 2018. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4912-2151>