

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
Del 3 de abril de 1981



“La gestión de la amenaza a la identidad social de las y los usuarios de
Twitter ante la narrativa mediática respecto a la caravana migrante del
2018”

Tesis

Que para obtener el grado de

Maestro en Comunicación

presenta

Ernesto Navarro López

Director: Dr. Manuel Alejandro Guerrero Martínez

Lectores: Dr. Ulises Cruz Valencia

Dr. Jerónimo Luis Repoll

Tepatitlán de Morelos, Jalisco, México, septiembre del 2021

La realización de esta tesis fue posible gracias a los apoyos del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT). Los fondos para estas becas provienen de los impuestos de la sociedad mexicana.

Agradecimiento especial a mi madre y mi padre. Su apoyo fue fundamental para este proceso de crecimiento personal, profesional y académico.

Igualmente, un agradecimiento especial a los integrantes de mi comité de tesis. Gracias por siempre estar ahí para guiarme en este camino. En especial al Dr. Manuel Alejandro Guerrero, por su guía en este proceso de aprendizaje y reflexión, así como a los Doctores Ulises Cruz y Jerónimo Repoll, por siempre estar ahí para apoyarme con todas las dudas que surgieron en el proceso de esta tesis.

A mis profesores de Posgrado y Licenciatura, por encaminarme, por aconsejarme y por creer en mí. Al Dr. Héctor Claudio Farina, por haberme acompañado en mi proceso de titulación en la Licenciatura. Al Dr. José Manuel Corona Rodríguez, por sus consejos, su disposición y apertura a la colaboración. A la Dra. Mireya Márquez Ramírez, por su comprensión y su acompañamiento durante el todo el Posgrado.

Al profesor Aarón Rodríguez Cadena, por animarme a desarrollar un proyecto de investigación para titularme en el proceso de grado, Q.D.P.

Una mención también de agradecimiento al Dr. José Emilio Quiroz Ibarra, académico e investigador del Instituto de Investigación Aplicada y Tecnología (InIAT) de la Universidad Iberoamericana, por su apoyo prestado en la descarga de datos para la realización de esta tesis.

A todas y todos ustedes...

Una reflexión personal a la distancia:



Londres, Inglaterra. Octubre del 2018. Foto tomada por un turista durante una de las protestas por el Brexit. Pocos días antes, la llamada "caravana migrante" había ingresado a México.

Tomar conciencia del momento en el que se vive representa saber en dónde se encuentra uno parado y de dónde proviene. Esto es, para mí, algo vital en la búsqueda de una mejor comprensión de lo que está por venir. En ese sentido, la fotografía anterior representa un momento en el cual mi vida, sin darme yo cuenta, estaba siendo determinante para llegar al momento y la situación en la que hoy, 20 de diciembre del 2021, me encuentro. La fotografía anterior representa el esfuerzo y el arrojo que uno vierte sobre algo que le apasiona, y del cual quiere tomar partida para moldear y transitar en su camino. Era el mes de octubre del 2018. Yo acababa de emigrar a Londres para trabajar y ahorrar con el objetivo de estudiar la Maestría. Al mismo tiempo, los procesos migratorios, popularmente llamados “caravanas migrantes”, tomaban relevancia en México y el mundo. En redes sociales, las y los usuarios se volcaron al debate sobre la crisis humanitaria y social que sufrían, y siguen sufriendo, miles de personas en el territorio mexicano y otras regiones del mundo.

Mientras esto ocurría, me era casi imposible no pensar en las diferentes condiciones en que las personas realizamos la movilidad, pero estaba claro, las condiciones no eran las mismas. El desplazamiento forzado y la migración voluntaria o laboral establecen diferentes categorías para comprender las causas, motivos, y necesidades de las personas en situación de movilidad. Mi experiencia como migrante mexicano fue, como la de muchas y muchos otros, dentro de la cocina y laborando bajo condiciones precarias. Si bien nunca he viajado a los Estados Unidos, es bien sabido que el trabajo en cocina y servicio al cliente es casi un cliché para las y los mexicanos que emigran en la búsqueda de poder acceder a un ingreso económico más alto, a un nivel de vida un poco mejor que dé la oportunidad de enviar remesas a su lugar de origen, complejizando más las aristas de una relación casi inseparable y que marca el contexto de una dinámica económica constante y que pinta para ser longeva.

Pero los temas migratorios ya tenían especial interés para mí. El haber estudiado en Ocotlán, Jalisco me acercó a la ruta migratoria del tren conocido como *La Bestia*. También, ser originario de Tepatitlán de Morelos, en Los Altos de Jalisco, municipio y región con histórica trayectoria migratoria, son marcas ontológicas que me llevan a pensar en las migraciones como algo tan cercano como mi propia familia. De igual manera, mi recorrido laboral por el Centro Universitario de Los Altos de la Universidad de Guadalajara me llevó a conocer parte del trabajo de Paul. S. Taylor, Patricia Arias y Jorge Durand, el primero, pionero en los estudios sobre migración en México, y la y el posteriores, reconocidos académicos que han ampliado y generado el conocimiento sobre las migraciones en nuestro país. Fueron también marcas importantísimas las charlas y lectura de su trabajo con el periodista Oscar Martínez, quien con fiereza se aventuró a un viaje por la ruta migratoria en México que retrató la migración desde la experiencia personal en una travesía con alto nivel de riesgo e inmenso valor humanitario.

Las diversas realidades de nuestra América Latina requieren de investigación aplicada a nuestros contextos, que tomen en cuenta las matrices culturales, sociales e históricas de las diversas regiones de un continente en constante cambio y con una efervescencia de pensamiento desde el sur global que traten de responder a los diversos retos a los que, como sociedad, y humanidad en general, nos encontramos.

Escribo estas líneas el mismo día en el que inicié mi participación en el Grupo de Investigación “Comunicación Política, Medios y Democracia”, en el Doctorado en Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, posgrado que realizaré becado por la Universidad de Guadalajara. Ahora, queda un largo, desafiante y provechoso camino por transitar, del cual espero poder aprender y crecer personal, académica y humanamente lo suficiente para poder retribuir un poco de todo lo que la Universidad de Guadalajara y la Universidad Iberoamericana, y la sociedad de México en general me han dado. El sentimiento es de alegría, un poco de incredulidad y de expectación por tan esperado momento que estoy iniciando. Es también de responsabilidad, compromiso y agradecimiento. Auguro un importante reto, que ayude a alumbrar un poco mejor la compleja relación entre la comunicación y la migración en un momento de constante cambio social, en donde la tecnología, el internet y el espacio público moldean el pensamiento, la identidad de las sociedades y acentúan la cada vez más estrecha relación entre la identidad digital y la participación en el espacio público.

Desde nuestro lado más visceral y emocional ligado al fútbol, en 2015, Luis, Jonathan y yo viajamos cerca de 14 mil kilómetros por tierra a través del subcontinente sudamericano, desde Cali, Colombia, hacia Chile, y de regreso para poder ver a Messi en la Copa América de Chile. Colombia es una nación a la que guardo un gran cariño luego de mi estancia de estudios de intercambio en la Capital Mundial de la Salsa. Fue un recorrido alucinante y revelador de casi mes y medio, al punto de que hoy lo sigo considerando como un giro especial mi vida. Si bien no con el mismo resultado, ni los mismos objetivos, me gusta pensarlo parecido al que Ernesto Guevara de la Serna y Alberto Granados realizaron por Sudamérica, representado en el filme *Diarios de Motocicleta* (2004), sólo que en dirección opuesta (norte-sur). Las motivaciones que las personas encontramos para movernos por el mundo son infinitamente diferentes, validas y justificables, a mi punto de vista y reconociendo una posición abiertamente progresista. Pero son también procesos muy desiguales. Trato siempre de reconocer mi posición desde privilegio, esperando ser más consciente de la responsabilidad social que esto imprime. Llego a una Barcelona ya sin Messi, sin *-El hombre Perro*, como Hernán Casciarí lo llama-, pero con otros objetivos igual de claros e impulsantes como lo fueron en aquel ya lejano invierno del 2015 en el que tantas personas nos echaron la mano. Estamos por ingresar al estadio, ya tenemos los boletos y vamos con todo por el próximo partido.

Índice

Introducción	6
Capítulo I: Estado de la cuestión y marco contextual	14
La construcción de identidades sociales en el espacio digital	14
Los medios de comunicación y su impacto en las narrativas sobre movilidad humana en redes sociales	18
Twitter, el consumo de información y la interacción social.....	21
1.1 Marco contextual.....	25
Los procesos de migración y las caravanas migrantes.....	25
La caravana migrante en Twitter	27
Capítulo II: Marco Teórico	30
La Teoría de la Identidad Social	30
Procesos de categorización, comparación y diferenciación social	33
La Autocategorización	37
Diferenciación interna del grupo: contradiscursos y agentes de cambio social.....	44
Los prejuicios y la discriminación.....	47
Capítulo III: Metodología y diseño de la investigación	48
El análisis temático para la exploración de la gestión de la amenaza a la identidad social.....	50
Operacionalización del concepto de identidad social.....	54
Categorías para el análisis temático	56
Cobertura de los medios seleccionados: Una fotografía general de la caravana migrante	60
Variables y categorías analíticas para el análisis descriptivo estadístico	62
Materiales y herramientas para la recolección de unidades de análisis en Twitter	68
Métricas para la recolección de unidades de análisis en Twitter.....	70
Inputs: ¿Qué buscamos y qué no buscamos en la conversación?	70
Recolección de notas sobre las reacciones de usuarios en Twitter	71
Capítulo IV: Resultados	72
Episodio 1: La llegada y el cruce de la caravana a la frontera sur de México	74

Episodio 2: Donald Trump incendia Twitter y los usuarios reaccionan.....	78
Episodio 3: Enrique Peña Nieto anuncia programa Estás en tu Casa.....	83
Episodio 4: La caravana llega a Tijuana y el tono de la conversación se exagera.....	87
Resultados del análisis descriptivo estadístico	91
Capítulo V	93
Discusión de resultados: Diálogo entre la teoría y los datos empíricos	93
¿Cuál fue el papel de los medios en la viralización de tweets de odio?.....	103
Los medios retomando las reacciones en Twitter para la generación de contenido.....	106
Desafíos metodológicos.....	111
Limitaciones de la investigación y posibles líneas de acción.....	111
Congruencia de las categorías	113
Conclusiones	114
Bibliografía	126

Introducción

El interés por estudiar la gestión de la amenaza a la identidad social en las narrativas sobre movilidad humana en Twitter surge con la finalidad de comprender de manera más compleja y profunda cómo es que las y los usuarios de la red social construyen, ajustan, modifican y refuerzan su identidad social en el proceso de interacción dentro del espacio público digital. A través de la mediatización y la circulación de sentido en redes sociales, como lo es Twitter, conciben a las demás personas y así mismos mientras discuten sobre proceso migratorio al que, general mente, se tiene acceso a través de los medios de comunicación y otros entes sociales que componen el imaginario colectivo a este a través de la circulación de sentido a través de la comunicación interactiva mediada por la tecnología e internet.

También parte de la necesidad de una comprensión de las repercusiones que los diferentes actores sociales, como lo son los medios de comunicación, los órganos de gobierno, las instituciones eclesiásticas, las ONG's y demás figuras, los pueden llegar a tener en la construcción de la representación de la migración que contribuye a la construcción social de la realidad de las personas, audiencias y usuarios a partir de la interacción social y el consumo cultural. Este tipo de espacios para el encuentro social y el consumo de productos culturales cobra cada vez más importancia en el espacio público digital, como lo son las redes sociales digitales que sirven como espacio de procesos de construcción, ajuste y reforzamiento de las identidades sociales, alimentadas con el caldo de cultivo que las plataformas digitales de comunicación representan hoy en día.

Bajo la complejidad que representa el actual ecosistema de comunicación que comprende una fuente potente y constante de generación y circulación de sentido, termina por ser una de las fuentes más importantes en cuanto a la construcción social de la realidad social, ayudándonos a comprender el mundo que nos rodea, nos define y nos diferencia.

Se parte desde el supuesto de que los medios de comunicación tienen el poder de influir en la construcción de realidad social a través del contenido que producen y circulan. Son también agentes que influyen directamente en la manera a la que las sociedades acceden a los diversos acontecimientos de la vida cotidiana que los rodea. En este sentido Berger y Luckmann (1997) señalan que

“estas instituciones cumplen en la época moderna una función esencial en la orientación dotada de sentido, o más precisamente en la comunicación de sentido. Ellas actúan como mediadoras entre la experiencia colectiva y la individual al proporcionar interpretaciones típicas para problemas que son definidos como típicos. Lo que sea que otras instituciones ofrecen a modo de interpretación de la realidad o de valores, los medios de comunicación lo seleccionan y envasan, lo transforman gradualmente y deciden sobre la forma en que lo difundirán” (Berger y Luckmann, 1997, p. 55).

Estas funciones ayudan a los seres humanos a entenderse como parte de un grupo o categoría social y a identificar a los otros para otorgarles un lugar en su realidad. De esta manera, los individuos crean su autocategorización y afiliación a un grupo o categoría social, con el que comparten códigos sociales, rasgos culturales, tradiciones, costumbres y maneras de entenderse, mientras que la diferenciación ayuda a la protección del grupo perteneciente y a otorgar elementos distintivos de “los otros”.

El poder de los medios de comunicación de visibilizar acontecimientos como lo procesos de migración a nivel global, los dota de una importante dimensión de agencia respecto a cómo se comprende el desarrollo, las causas y posibles consecuencias de la movilidad humana, cada vez más constantes a nivel global y más visibles gracias a la conectividad y a la comunicación digital.

En este sentido, esta tesis pretende explorar desde el campo de la comunicación la gestión de la amenaza a la identidad social de los usuarios de la red social Twitter en México ante el imaginario colectivo que algunos medios de comunicación de este país crearon al retratar el proceso de la llamada Caravana Migrante¹, ocurrida entre los meses de octubre y noviembre del año 2018 en México y los países del Triángulo del Norte de Centroamérica.

¹ Las caravanas de migrantes centroamericanos rumbo a Estados Unidos o simplemente caravanas migrantes, son una serie de éxodos iniciados en octubre de 2018, con el objetivo principal de ingresar a ese país en busca de mejores condiciones de vida.

Por “gestión de la amenaza a la identidad social” no referimos al proceso en el que las y los usuarios manejan o conducen una situación o un problema y que los hace reaccionar de determinada manera en la red social al participar en la conversación respecto al proceso de inmigración. Es decir, refiere al nivel de agencia de las y los usuarios para el ajuste, el reforzamiento o la conformación de los elementos identitarios que operan durante el proceso de interacción en Twitter respecto al proceso migratorio retratado en un determinado imaginario colectivo.

Las amenazas varían en gravedad según el grado en que la identidad social se devalúa, estereotipa negativamente o se discrimina (Major & O'Brien, 2005). Por ejemplo, Branscombe, et al (1999) clasificó las amenazas a la identidad social de la siguiente manera:

- (a) Amenazas de valor: mensajes o acciones que socavan el valor de la pertenencia a un grupo y que atacan los valores, normas y prácticas compartidas del grupo.
- (b) Amenazas a la distinción: cambios de percepción que socavan la capacidad de un grupo, de singularidad o que los posiciona como notablemente similares a los grupos externos.

Para una definición del concepto de imaginario colectivo, se toma la idea de Edgar Morín (1972), que ha desarrollado esta teoría llevándola al establecimiento del concepto definido como un “conjunto de formas, símbolos, tipos, motivos o figuras que existen en una sociedad en un momento dado. Este es producto de un proceso continuo y subjetivo, y en él se pueden desarrollar transferencias y proyecciones de información que comunica y reproduce estos imaginarios” (Morín, 1972). El imaginario colectivo se ha desarrollado en el campo de la psicología social, lo cual lo hace compatible con la teoría de la identidad social

Puesto que en este proceso migratorio interactúan usuarios pertenecientes a diversas categorías o grupos sociales, la dimensión de la pertenencia a un grupo se convierte en una fuente destacada de autoestima que se eleva al etiquetar negativamente a los grupos divergentes o “excluidos” (Turner, 1975). A través de intercambios con miembros externos al grupo y eventos dentro del grupo, los miembros de un determinado grupo pueden encontrar amenazas de identidad que ponen en peligro su posición social percibida (Fink, Parker, Martin, & Huggins, 2009). Por ello, esta reacción ante la amenaza puede provenir también por parte de las acciones

de los individuos de su propio grupo o categoría social. Por ejemplo, los individuos, al entenderse como sociedad de acogida, pueden ver en las reacciones de sus propios integrantes de grupo una amenaza a su identidad social que socava su estatus o que van en contra de sus códigos sociales, derivando en un proceso de separación o crítica a las acciones y/o justificaciones de los integrantes del endogrupo, creando ahí el proceso de gestión de amenaza a su identidad social.

El imaginario colectivo que se generó, principalmente a partir del consumo cultural de los medios de comunicación que retrataron el proceso migratorio, pudo haber apuntado hacia un clima de rechazo y negatividad generalizado hacia el grupo inmigratorio. Esto pudo haber dado paso a la polarización de opiniones respecto a cómo la sociedad de acogida debería de actuar ante este fenómeno social, en donde las y los usuarios fueron congruentes con este imaginario colectivo que representaba a la caravana como una amenaza, o lo que rechazaron dicha narrativa y la desafiaron a través de un discurso apegado al antirracismo, los derechos humanos y de movilidad.

Es ahí en donde surge la situación problemática, ya que durante los meses de octubre y noviembre del año 2018 ocurrió un movimiento migratorio provenientes de algunos países del Triángulo del Norte de Centroamérica llamado “la caravana de migrantes”, con dirección hacia México y los Estados Unidos. Algunos medios de comunicación en México, que ya veremos más adelante, dieron una cobertura que pudo haber generado un determinado imaginario social que, como veremos más adelante, resultó encaminada a retratar a los integrantes de este grupo como una amenaza a la seguridad social, a la economía y remarcando el conflicto.

La relación entre el imaginario colectivo que generaron los medios de comunicación se da a partir del concepto de afinidades electivas, que desarrolló Max Weber, el cual se explica en el capítulo 1 de esta tesis. Esta relación no busca causalidad de un efecto directo, puesto que esta tesis no pretende probar una causalidad directa entre los productos mediáticos y las reacciones en Twitter, sino que parte desde el supuesto de que, a través del consumo cultural respecto a la caravana migrante crea un clima determinado dentro del cual las personas acceden al fenómeno social y es a través de este desde donde seleccionan sus elementos biográficos para construir su realidad.

Ante el imaginario colectivo se generó tanto en medios como en redes sociales se ocasionó, principalmente, dos tipos de reacciones: una congruente con la narrativa de rechazo y otra que rechazó esta narrativa y que terminó por influir en cómo se conformó dicho imaginario. Esto generó una serie de interacciones que propiciaron la activación de elementos identitarios, como lo son el ajuste, configuración, reforzamiento de sus identidades sociales autopercibidas que puso en juego las amenazas al valor de su propia identidad social de las y los usuarios, así como de amenaza a la distinción que pudieran socavar la identidad de su grupo o categoría social.

Para explorar el proceso de la gestión de la amenaza a la identidad social esta tesis hace uso de los postulados de la Teoría de la Identidad Social (Tajfel, 1972; Hogg, 1988, 2016; Turner 1992; Hogg & Abrahms, 1999). Esta teoría señala que las personas crean categorías a partir de su conocimiento para ordenar, simplificar y comprender su realidad social. Por ello, permite comprender el comportamiento grupal, a las relaciones intergrupales en general y a la colaboración entre éstos (Turner, 1999; o Hogg y Abrahms, 1999). Es también útil para estudiar desde las ciencias sociales cómo es que las personas desempeñan la conformación, el reforzamiento o el ajuste de su identidad social que se gesta a través de la interacción social.

La identidad social es algo que se encuentra en constante modificación. Es decir, tiene la peculiaridad de ser algo flexible, en constante cambio y moldeable, que se ajusta a los códigos socialmente compartidos, al contexto en el que se desenvuelven los sujetos y a los valores establecidos bajo el consenso social. Es también algo que no se consigue o se concreta en un determinado momento. Desde esta teoría se desprenden conceptos que nos pueden servir para comprender de manera más profunda cómo es que las personas llevan a cabo los procesos antes mencionados. Estos conceptos son la autocategorización, la diferenciación, las justificaciones de las acciones, las valoraciones de las acciones, la discriminación, el autoenaltecimiento, el endogrupo, el exogrupo, la comparación, la distintividad social positiva.

Este marco conceptual nos es útil para poder explorar el proceso de gestión de la amenaza a la identidad social de los usuarios de Twitter que participaron en la narrativa sobre la caravana migrante. A través de esta gestión de la amenaza a la identidad, se pone en juego la valoración de los grupos que conforman la sociedad de acogida que opta por gravitar entre una serie de reacciones alineadas a su autocategorización y a la diferenciación de los individuos que no

reaccionan de la misma forma. Esto se produce, según Hogg (2016) debido a que “una de las características más distintivas de la vida grupal y las relaciones intergrupales es que los grupos y sus miembros hacen todo lo posible para proteger o promover su creencia de que “nosotros” somos mejores que “ellos” (Hogg, 2016, p.10).

Los grupos de mayor estatus luchan para proteger su superioridad evaluativa; los grupos de estatus inferior luchan para ignorar su estigma social y promover su positividad (Hogg, 2016, p.7). A partir de estos conceptos básicos que la teoría compone, se llevó a cabo la operacionalización de las categorías de análisis con las que se realizó el análisis temático cualitativo de las unidades de análisis que componen los cuatro episodios en los que la tesis se dividió.

Esta tesis desarrolla un estudio de caso intrínseco (Yin, 1989) a través del cual se establecen cuatro episodios de la caravana migrante. El estudio de caso representa una herramienta útil para estos fines, ya que “es una herramienta valiosa de investigación, y su mayor fortaleza radica en que a través del mismo se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el fenómeno estudiado” (Yin, 1989).

Así mismo, el método del estudio de caso permite una amplia gama de variedad de fuentes para la obtención de datos, tanto cualitativas como cuantitativas, que van desde “los documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos” (Chetty, 1996). Bajo esta mirada, el estudio de caso lo concebimos como un tipo de aproximación al estudio de los fenómenos sociales que los mira con un carácter de profundidad, holística y de manera transdisciplinaria para la conformación del estudio. La saturación teórica para el análisis cualitativo de desarrolla a partir de la conformación de un solo corpus que comprende el establecimiento de cuatro corpus secundarios de análisis a partir de los cuatro episodios que marcan el estudio de caso.

Estos episodios fueron seleccionados a partir de una observación virtual de los episodios de la caravana migrante más importantes en la red social Twitter. A través de esta, se establecieron los acontecimientos más presentes en la red social, así como la circulación y referenciación de las y los usuarios respecto a las notas de tres medios de comunicación en México. A partir de haber identificado los cuatro episodios más presentes en la agenda de Twitter, se lleva a cabo una extracción de notas informativas de los medios mayormente referenciados en la conversación en

Twitter que contuviera el #CaravanaMigrante. Estas notas sirvieron para llevar a cabo el análisis descriptivo estadístico que busca fungir en esta tesis como elemento relacional entre la narrativa de la red social y los medios. Es decir, no busca una cuasalidad entre la producción informativa de los medios y las reacciones en Twitter. Tal y como señalan Greussing y Boomgaarden (2017), durante las fases más intensas de una crisis migratoria de magnitudes sociales y políticas como lo fue la crisis de refugiados en Europa durante el 2015 y 2016, los patrones de encuadre de los medios de comunicación sensacionalistas y los medios *de calidad*² se vuelven muy similares, homogeneizando la variedad de enfoques mediante los cuales los medios retratan el fenómeno.

Esto representa una pauta para establecer una relación entre el imaginario colectivo que generaron algunos de los medios referenciados con mayor frecuencia en la red y la narrativa en Twitter que se construyó respecto a la caravana migrante. Las afinidades electivas (concepto que se desarrollará más adelante) inciertas en dicho imaginario colectivo contienen los elementos biográficos mediante los cuales las y los usuarios de la red social contruyen su realidad sobre el fenómeno en el espacio mediático digital, dando pie a la activación de los elementos identitarios que se analizan después en las unidades de análisis recogidas en Twitter.

Éstos cuatro episodios también guiaron la recolección de unidades que conformaron el corpus para el análisis temático cualitativo. El levantamiento de estos datos se pauteó utilizando la propuesta metodológica para el análisis de Twitter en comunicación política de Mendizábal, Pont y Codina (2017). La observación de notas web respecto a las reacciones de usuarios en Twitter fue a través de la sección Búsqueda Avanzada de Google Noticias, y comprendió el tiempo desde el primer episodio (18 de octubre) hasta el último (16 de noviembre).

El método para la exploración de la gestión de la amenaza a la identidad social fue el análisis temático, proveniente de la psicología social. Según Braun y Clarke (2006), el análisis temático puede fungir como un método para identificar, analizar e informar patrones (temas) dentro de los datos. Organiza y describe mínimamente su conjunto de datos con (rico) detalle. Sin embargo, con frecuencia va más allá e interpreta varios aspectos del tema de investigación (Boyatzis, 1998, en (Braun & Clarke, 2006 pp. 78). Las mismas autoras señalan que este proceso puede darse a partir de los datos o de la teoría. En esta tesis, la conformación de las categorías se dio de manera inductiva a partir de los postulados de la teoría de la Identidad Social. Estos temas

² Cursivas de los autores.

o categorías de análisis son desarrollados de manera más profunda en el apartado metodológico. También, a través del análisis temático, Sanderson, Frederick, & Stocz, (2016) estudiaron la gestión de la amenaza a la identidad social de usuarios de Twitter y Facebook que participaron en la discusión de un acontecimiento deportivo que se trasladó a la lucha por los derechos raciales, de justicia social y reclamo ante la brutalidad policiaca en los Estados Unidos.

El lente de la teoría de la identidad social, conjugada con el análisis temático, nos permite entonces establecer una propuesta teórico-metodológica para observar las reacciones de los usuarios en Twitter en términos identitarios, así mismo, permite concretar categorías de análisis adecuadas para el análisis. Bajo esta mirada teórica de la identidad social y la metodología del análisis temático cualitativo es que se desprende la pregunta principal que guía esta tesis, que es ¿cuál fue el proceso de gestión de la amenaza a la identidad social de las y los usuarios en Twitter a partir su reacción ante el imaginario colectivo que crearon los medios de comunicación respecto a la caravana migrante?

Consecuentemente, se desprenden las preguntas secundarias, que son ¿cuáles son las principales dimensiones y características de las principales identidades sociales que se conformaron en la narrativa de Twitter sobre la caravana migrante? Así mismo, se plantea la pregunta respecto a ¿cómo fue que este imaginario colectivo dio paso a que en la conversación en Twitter se activaran elementos identitarios para procesos de diferenciación, autocategorización, justificación de las acciones y discriminación? Por último, ¿qué papel jugaron los medios de comunicación en la proliferación de determinados mensajes en Twitter respecto al proceso de la caravana?

Para lograr responder entonces a estas preguntas, esta tesis tiene por objetivos el analizar y categorizar la gestión de la amenaza a la identidad social de los usuarios de Twitter que participaron en la discusión de los cuatro episodios de la caravana migrante ante el imaginario colectivo que generaron los medios masivos de comunicación en torno al proceso migratorio. Así mismo, busca conocer el grado de rechazo o congruencia que las y los usuarios de la red social mostraron respecto a dicho imaginario colectivo y sirvió como disparados para la activación de procesos identitarios en su participación dentro de la narrativa en Twitter. En esta misma tesitura, tiene como objetivo conocer y delimitar cuáles son las características de las principales identidades sociales que se conformaron durante los cuatro episodios en los que se

divide el estudio de caso. Como último objetivo, busca identificar qué papel jugaron los portales de medios web en la proliferación de determinados mensajes en Twitter durante las fechas establecidas.

Capítulo I: Estado de la cuestión y marco contextual

La construcción de identidades sociales en el espacio digital

Desde la llegada las redes sociales digitales se han aumentado en la posibilidad de creación y reconfiguración de las identidades. El actual paradigma de la comunicación digital constituye un espacio amplio y diverso para la construcción, circulación y reconfiguración de sentido, al tiempo que otorga la posibilidad de establecer comunidades tanto en el ámbito online que terminan por impactar de manera importante en la manera en la que nos reconocemos en el mundo offline. Esto ha modificado la manera en la que los seres humanos se relacionan con su entorno y forjan sus propias identidades sociales. El nivel de conectividad, interactividad y participación que propician la llegada de internet han ocasionado grandes cambios en el actuar, organización, producción e intercambio de información en las sociedades dentro del espacio público, al tiempo que se ha modificado la manera en la que se construyen, se refuerzan y se modifican de las identidades personales, sociales y nacionales.

Esto trae consigo fuertes cambios en la manera en la que las y los seres humanos entienden su rol en el mundo y a su vez, confieren un espacio a “el otro”, al tiempo que ven también la oportunidad de crear una o varias identidades digitales en las redes sociales digitales, puesto que éstas les dan la oportunidad de actuar con un alto nivel de anonimato, que carece del nivel de compromiso o responsabilidad que confiere el actuar en el espacio público físico. Desde la perspectiva de la filosofía, según Erich Fromm, “la necesidad de un sentimiento de identidad es tan vital e imperativa que el hombre no podría estar sano si no encontrara algún modo de satisfacerla” (Telefónica, 2013 p.3).

No son muchas las investigaciones que han abordado exclusivamente el tema de la gestión de la amenaza a la identidad social en redes sociales, y en ese sentido, en este apartado se reportan dichas investigaciones de una manera en la que el hilo narrativo de cuenta de éstas y a

la vez constituya una introducción a la manera en que se relaciona la identidad social y las redes sociales digitales.

El trabajo de Sanderson, Frederick, y Stocz, (2016) estudia exclusivamente este proceso de gestión de la amenaza a la identidad social de usuarios de Twitter y Facebook. Aborda los comentarios de usuarios que participaron en la discusión de un acontecimiento deportivo de un determinado equipo de la NFL de los Estados Unidos y que se trasladó a la lucha por los derechos raciales, de justicia social y reclamo ante la brutalidad policiaca. Este proceso comprende que las audiencias activas se ven también afectadas por la posibilidad del anonimato, ya que “con sus seudónimos, perfiles falsos, identidades múltiples y actitudes diversificadas (...) Por lo tanto, las redes sociales nos traen grupos, etiquetas, discriminaciones y desigualdades” (Gündüz, 2017, p.86).

Las plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter ofrecen a las personas la posibilidad de difundir opiniones políticas (Ragas y Kioussis, 2008; Small, 2011) e introducir perspectivas divergentes sobre noticias y problemas sociales (Maireder y Ausserhofer, 2014). Sirven también como foros donde los miembros de un grupo debaten sobre la legitimidad de sus identidades o de los desafíos a los valores del grupo, al tiempo que promueven medidas de acción que puedan mitigar las amenazas a la identidad social. (Sanderson, Frederick, & Stocz, 2016).

La conectividad que ofrecen las plataformas de redes sociales también permite a las personas encontrar una comunidad en torno a temas de interés (Bruns, 2012; Willnat, Wong, Tamam, & Aw, 2013) y para conversar, competir y debatir estos temas hasta un punto donde la masa crítica (Marwell y Oliver, 1993) puede ser alcanzado. A medida que se desarrolla este proceso, las redes sociales fomentan la formación de identidades colectivas que encienden comportamientos de protesta (Dalton, Sickle y Weldon, 2009) y estas identidades colectivas pueden también repercutir en la conformación de las identidades sociales.

El sentido de comunidad en línea no puede darse sin la participación y la interacción de un determinado volumen de integrantes de esta comunidad, porque, como señalan Jäkälä & Berki (2013 p.2), “el sentido de comunidad es una de las características sociales importantes que dan forma a las cualidades sociales de los miembros de una comunidad en línea”. En un sentido más apegado a la legalidad, “el surgimiento del software social y las redes sociales en línea imponen

nuevos desafíos para la ley; la seguridad y la confianza, la identidad y la interacción” (Kollock, 1999, Kimppa, 2007; Berky et al, 2007 en Jäkälä & Berki, 2013 p.2). Así mismo,

“Las plataformas de redes sociales brindan un espacio donde los miembros del grupo pueden impugnar, reforzar y desafiar las normas y valores del grupo. A medida que se llevan a cabo estas conversaciones, acciones como publicar información en determinada dirección abona a la narrativa y define la posición de las y los usuarios” (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016, p. 318).

Puesto que las nuestras unidades de análisis se encuentran en las redes sociales, es aquí en donde la construcción de la identidad social se desempeña a través de la interacción social, ya que las redes sociales “no solo sirven como lugares donde los miembros del grupo abordan las amenazas de identidad social, sino que a medida que se desarrolla el proceso para manejar esas amenazas, pueden surgir consecuencias de la promoción y el activismo” (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016, p. 318).

La interacción social en la deliberación de un determinado tema son un campo de cultivo para la conformación de las identidades sociales, ya que “las conversaciones en estos medios funcionaron como gestión de amenazas de identidad social, a medida que los fanáticos y otros individuos comprometidos luchan con sus propios valores” (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016, p. 303) por mantener a salvo su propio grupo cuando este se ve amenazado ante un posible riesgo según su subjetividad.

Mientras hay algunos que ven resultados optimistas sobre las redes sociales, otros apuntan a los daños en términos de la cohesión social y la deliberación de debates que socaban las relaciones intergrupales. Por ejemplo, Kassing y Sanderson (2015) argumentaron que los individuos a menudo exhiben un comportamiento agresivo al interactuar con personas de ideas afines, que promueve conductas y experiencias negativas para los participantes. En este sentido, desde una perspectiva de la conjugación entre discursos de medios y usuarios, Hidalgo (2014, p 214) señala que

“los receptores como sujetos activos seleccionan y discriminan discursos y, por ende, visiones del mundo, a través de los medios o hipermedios a los que tienen acceso, usan y consumen. Todas las identidades se vuelven cercanas desde los medios. Los medios son punto de encuentro”.

Esto puede ser de gran riesgo si tomamos en cuenta que la filiación grupal de las personas tiende a gravitar hacia grupos sociales con atributos o características que se alinean hacia su autoconcepto (Fink, Parker, Martin y Huggins, 2009, en Sanderson, Frederick & Stocz, 2016, p. 319). En esa misma línea en cuanto al daño que las redes pueden causar al tejido social, la responsabilidad sobre lo que las y los usuarios publican en redes sociales como Twitter ya comienza a ver consecuencias a niveles gubernamentales. Tal y como semana Manuel Castells (2021), mucho se celebraba de la llegada de la libertad de expresión con las redes, hasta que

caímos en la cuenta de que los humanos somos, todos, ángeles y demonios a la vez y que cuando nuestros demonios multiplican exponencialmente mensajes destructivos de las instituciones y de la vida amenazan fundamentalmente nuestra frágil convivencia. De ahí la incomodidad del propio Jack Dorsey, fundador de Twitter, que lamenta nuestra incapacidad de mantener el debate en términos civilizados y que hayan tenido que llegar a este extremo (Castells. M, 2021, 16 enero).

Las redes sociales han traído libertad de expresión a las sociedades y la posibilidad de visibilizar información que antes no tenía cabida en las agendas. Ante esta posibilidad, existe quienes pueden ver estos resultados como una característica positiva de las redes sociales y argumentan que las personas a menudo exhibirán un comportamiento agresivo al interactuar con personas de ideas afines (Kassing y Sanderson, 2015), lo que promueve conductas y experiencias negativas para los participantes (Frederick Stocz, 2016, p. 318). Como ejemplo, se puede ver la publicación de comentarios racialmente insensibles. Un informe indicó que cada día se publicaban en Twitter 10,000 tweets que contenían insultos raciales (Rajan, 2014). Es aquí en donde el conflicto toma un carácter de relevancia social y que da pie a un riesgo latente entre lo que se gesta en el espacio público digital y lo que se presenta en el mundo offline.

Las personas, al deliberar un debate sobre determinado tema al cual sienten afinidad, detentan un determinado nivel de agencia en la conformación de su identidad social. Es por ello que “es esencial comprender los motivos de las agencias para comprender las interacciones grupales en las plataformas sociales (Gündüz, 2017, p.85). Esta mezcla de identidades hace entonces que el choque de las posiciones en favor, en contra o neutrales de la inmigración fortalecen y diversifican las identidades sociales de las y los usuarios, ya que, “las identidades también traen diversidad: cada nueva identidad tiene sus compatibilidades e incompatibilidades.

Los individuos pueden reflejarse de manera diferente en condiciones inesperadas y capas de comunicación” (Gündüz, 2017, p.86).

Elaborar una narración de sí mismo en el espacio digital implica siempre la conciencia de la existencia del *otro*, y más fijamente una conciencia de esta existencia del otro en el mismo espacio digital a ocupar o en donde pretende autoconstruirse, así como contruit categorías sociales para las y los sujetos. Por lo tanto, la pertenencia a un grupo se convierte en una fuente destacada de autoestima que se eleva al etiquetar negativamente a los grupos divergentes o "excluidos" (Turner, 1975) que refuerzan la filiación grupal, ya que las personas tienden a gravitar hacia grupos sociales con atributos que se alinean con su autoconcepto (Fink, Parker, Martin y Huggins, 2009, en Sanderson, Frederick, & Stocz, 2016).

Es así que explorar las dimensiones de las identidades en las los debates de las redes sociales resulta pertinente para el campo de las ciencias sociales y la comunicación, encaminadas a poder comprender de manera más compleja y robusta. Las redes sociales digitales juegan un papel cada vez más importante en la vida humana, al tiempo de que los procesos de migración son cada vez más constantes y de dimensiones más importantes a nivel global, debido a que “las redes virtuales crean diversidad en la sociedad, por lo que la sociedad reflexiva crea identidades reflexivas. El riesgo de estereotipos también impacta, y habrá muchas identidades que se parecen entre sí en la misma comunidad” (Gunduz y Pembecioglu, 2014, p.39).

Los medios de comunicación y su impacto en las narrativas sobre movilidad humana en redes sociales

La construcción social de la realidad está compuesta por varias capas y entes que operan en dicho proceso, y los medios de comunicación son altos agentes que dan acceso a la sociedad sobre los diversos acontecimientos que los rodean. Gracias a los medios de comunicación masiva, las distintas reservas de sentido se han vuelto accesibles para todas y todos (Berger y Luckmann, 1968, p.122). Pero hoy en día, con el actual paradigma de comunicación digital y la cada vez mayor penetración de internet en la vida social y las plataformas y redes sociales, se ha creado una revolución en la manera en la que los usuarios socializan, intercambian símbolos,

interaccionan entre ellos y participan en el espacio público digital, procesos que impactan en la construcción, ajuste y reforzamiento de sus identidades sociales.

Asimismo, los medios conllevan un “rol específico de intermediarios simbólicos colectivos” (Wolf, 2004, pp. 256) en el sentido de que proveen marcos cognitivos que intervienen en la percepción del público sobre los sucesos de su entorno (Califano, 2015, pp. 62). Desde esta visión, los medios de comunicación se convierten en espacios que influyen de manera importante en la formación de nuestra percepción del mundo, ya que otorgan visibilidad a los diferentes acontecimientos que suceden en la vida cotidiana, ofreciendo una representación simbólica de los mismos (Thompson, 1998).

La cobertura de los medios de comunicación sobre procesos de migración puede llegar a tener serias consecuencias sobre las actitudes hacia con las personas migrantes o refugiadas (Quinsaas, 2014; Robin, 2004). Según Backfried & Shalunts (2016), por lo general, los medios de comunicación, generan mensajes sobre migración más neutros que el contenido producido y difundido en las redes sociales por usuarios comunes (Backfried & Shalunts 2016, pp. 239), esto claro en el contexto de los medios en Alemania y en el periodo de la crisis de refugiados en Europa en 2015. Por otro lado, hay quienes señalan que la cobertura de los medios sobre procesos de migración “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 y Nerghes, 2018, p.2).

Por ejemplo, para establecer el imaginario colectivo que los medios de comunicación propiciaron respecto a la caravana migrante, Greussing y Boomgaarden (2017 indican que, una vez que las crisis migratorias llegan a un punto crítico en el sistema, los medios de comunicación de diversas categorías cubren los eventos migratorios de maneras muy similares. Otro argumento similar a este es el desarrollado por Siapera, Boudourides, Lenis, y Suiter (2018), quienes señalan que, por lo general, los medios de comunicación cubren lo proceos de migración con una variedad de marcos o enfoques muy similares y constantes, y una vez que la narrativa se retoma en Twitter, los marcos sobre los que se lleva la narrativa no cambian de manera muy significativa, o los marcos principales siguen siendo los mismos. Es por ello que esta manera homogénea de retratar a la migración “tienen más consecuencias sobre las actitudes,

sentimientos e incluso comportamientos hacia los refugiados” (Quinsaas, 2014; Robin, 2004; Zembylas, 2010, en Nerghes y Lee 2019, pp. 276).

Pero los medios de comunicación no representan la única ventana para el acceso a los procesos migratorios. Por ejemplo, los focos de la línea argumentativa cuando se trata de retratar a migrantes en redes sociales se orientan a compartir y recircular eventos, historias, artículos o imágenes donde los refugiados e inmigrantes que son representados como delincuentes y explotadores (Kreis, 2017, p. 511). Por ende, también las redes sociales representan un espacio que cada vez adquiere más potencia en función de cómo se retrata a la migración, se discute sobre este proceso, genera y distribuye las diversas reservas de sentido que constituyen la realidad social.

Es bajo este argumento desde el cual buscamos establecer una relación y no una causalidad entre el imaginario colectivo generado por la cobertura de los medios sobre el proceso de la caravana migrante y la narrativa en redes sociales. Es decir, que la tesis no busca una causalidad de la cobertura de los medios analizados en Twitter, sino que pretende crear una fotografía general descriptiva de cómo es que se generó el imaginario colectivo de la caravana migrante en los medios en México y cómo, a través de las afinidades electivas, las y los usuarios de Twitter reaccionaron a este imaginario, dando paso a la gestión de la amenaza a su identidad social a través de la interactividad en la red social.

Max Weber (1973) desarrolló el concepto de “afinidades electivas”, tomado la idea de Gothen J. W. (2019), mediante el cual, establece una relación entre los productos culturales como proceso de cohesión social enmarcada en la manera en la que los individuos generan la interpretación del mundo y a la asimilación de las esferas culturales (Sarmiento, 2014, p.60). Este concepto señala que, en el consumo cultural; en este caso a través de medios de comunicación, no responde directamente a las relaciones causales, sino al vínculo que se produce entre dos dinámicas diferentes de la acción social y a las relaciones que existen a través de los vínculos entre dos hechos o estructuras que se dan

no por referencia a alguna regla fija de causalidad independiente de las interpretaciones de los individuos, sino por referencia a la atribución que los actores hacen de su afinidad. Esto no significa que no existan regularidades estadísticas entre esos fenómenos. Por el contrario, las regularidades estadísticas son, precisamente, el indicio que conduce a

interrogarse por las afinidades electivas subyacentes y a reconstruirlas” (Güell, Peters, y Morales, 2012, p.37).

Estas afinidades electivas, mediada por las industrias culturales, terminan por permear en la manera en que las sociedades seleccionan los elementos biográficos desde las plataformas sociales como Twitter. Es es decir, los elementos que componen la realidad que los rodea, para con ello tomar parte de la acción social y participar sobre el debate del proceso migratorio, ya que la afinidad electiva entre individuación y consumo cultural

no flota en el aire, sino que está enraizada en la estructura real de la distribución de bienes y oportunidades en una sociedad. Esto ocurre de dos maneras. Por una parte, las elecciones y composiciones biográficas de los individuos se producen dentro del marco de las opciones que les están disponibles, las cuales están condicionadas por sus posiciones en los estratos y mundos de vida de la sociedad” (Güell, Peters, y Morales, 2012. 38).

Desde esta perspectiva es que buscamos entablar una relación entre la cobertura de los medios respecto a la caravana migrante, el imaginario colectivo que generar con ésta y las reacciones de los usuarios en la red social Twitter, puesto que con ella, buscamos “interrogar las posibilidades de los individuos y grupos para expresar y afirmar la diferencia de sus identidades particulares, en el marco de productos culturales que se caracterizan por portar significados ajenos” (Güell, Peters, y Morales, 2012. 22).

Esta relación encuentra su justificación en una pregunta amplia que aglutina a los procesos de creación de productos culturales y su consumo. así como los procesos de gestión de la amenaza a la identidad social en la mediación que se genera en la discusión del tema en Twitter. Para una mayor comprensión de esta idea, vale la pena traer a colación la siguiente pregunta:

¿qué rol juegan los bienes culturales masificados, tanto en las posibilidades de individuación de las personas como en los nuevos procesos de organización estructural de la sociedad y, especialmente, en el acoplamiento entre ambos procesos? En un caso se investiga la relación entre los significados de algunos bienes y las identidades de personas y grupos (Güell, Peters, y Morales, 2012. 23).

Twitter, el consumo de información y la interacción social

Con el actual paradigma de comunicación digital, la cada vez mayor penetración de internet en la vida social y las plataformas y redes sociales como lugares de interacción social, la

comunicación en internet mediada por la tecnología ha creado una revolución en la manera en la que los seres humanos socializan, intercambian símbolos, expresan opiniones y construyen sus identidades sociales en el espacio público. Las plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter ofrecen a las personas la posibilidad para difundir puntos de vista políticos (Ragas y Kioussis, 2008; Pequeño, 2011, en Sanderson, Frederick, y Stocz, 2016) y para introducir perspectivas divergentes sobre las noticias y los problemas sociales (Maireder y Ausserhofer, 2014).

Una de las más importantes en cuanto al poder de difusión de información es Twitter, que, de acuerdo al sitio oficial de la red social en Wikipedia, el espacio de microbloggin contaba con 328 millones de usuarios activos hasta septiembre del 2019. Según Alejandro Piscitelli, esta red social se ha convertido “en uno de los mecanismos de comunicación más poderosos de la historia” (2011: 15).

“Los medios sociales constituyen una arena de comunicación pública en la que se establecen normas y se discuten reglas” (Van Dijck. J, 2019, p. 23). Según Van Dijck (2019), “Twitter se presenta como una caja de resonancia de conversaciones aleatorias, un soporte online para opiniones de masas en el que, ante la mirada del público, se forman emociones colectivas y nacen y mueren tendencias”. Esta herramienta tiene varios fines, como lo son el comercial, el periodístico, el de entretenimiento y el político. Según Campos-Domínguez (2017), esta herramienta

ha sido objeto de debates y análisis académicos que se han centrado en su estudio como vía de comunicación política desde diferentes enfoques, considerando entre ellos el punto de vista de una variedad de emisores: parlamentarios (Margaretten; Gaber, 2014; Larsson, 2015), políticos (Aharony, 2012), partidos (Adi; Erickson; Lilleker, 2013), grupos de interés (Van-der-Graaf; Otjes; Rasmussen, 2015) y de las instituciones (McFarlane; Kaza, 2012), entre otros.

La misma red social plantea su visión enfocada a “dar a todos el poder de generar y compartir ideas e información al instante y sin obstáculos” (Twitter, 2016). La compañía se define como una plataforma de empoderamiento informativo global, es decir como un medio de la comunicación política digital (Percastre-Mendizábal; Dorantes-Aguilar, 2016).

Las redes sociales como Twitter son espacios de interacción comunicacional de carácter horizontal, pero este carácter está condicionado por la lógica algorítmica y estrategias particulares, basadas en la economía de la datafificación, ya que los datos se han convertido en

insumos básicos para las nuevas formas de producción económica. A su vez, las redes sociales como lo es Twitter, fungen como arenas de debate de los temas de interés público. Son espacios de socialización, organización e intercambio de informaciones, de diversos valores, ideologías y aspectos culturales que ayudan a la construcción social de quienes en ellas participan.

Pueden también impulsar ideas, movimientos, objetivos, justificaciones, imágenes y representaciones que ayudan a moldear una realidad de diferentes maneras a partir de los diversos contextos que se presentan, y es en esta interacción e intercambio de los elementos antes mencionados los que habilitan a las redes sociales como espacios de construcción, reforzamiento y gestión de las identidades sociales. Las plataformas de redes sociales permiten a las personas participar en prácticas de nivelación social donde los grupos se unen para luchar contra una fuerza identificada (Kassing y Sanderson, 2015).

Cuando un grupo ve amenazada su identidad social, ya que la pertenencia a un grupo se convierte en una fuente destacada de autoestima que evalúa a los grupos divergentes como “fuera” del grupo (Turner, 1975). Cuando un grupo encuentra una amenaza a su identidad social que ponga en peligro su percepción social y sus valores estas se evalúan dependiendo de la gravedad según el grupo que evalúa, desvalúa, crea estereotipos de manera negativa o reacciona discriminatoria (Major y O'Brien, 2005). Por ejemplo, Branscombe et al. (1999) clasificó las amenazas de identidad social como de la siguiente manera:

- (a) *amenazas de valor*: mensajes o acciones que socavan el valor de la pertenencia a un grupo y que atacan los valores, normas y prácticas compartidas del grupo
- (b) *amenazas de distinción*: cambios de percepción que socavan la singularidad de un grupo o los posiciona como notablemente similares a los grupos externos”

En este sentido, son las redes sociales digitales son un espacio óptimo para la gestión de la identidad social, ya que esta es concebida que se constituye continuamente en el proceso de socialización de las y los seres humanos. Es una teoría de la autocategorización, sirve para la formación de grupos y tiene como función la construcción de una serie de elementos que ayudan al ser humano a ubicarse en un determinado grupo social. La cultura y la identidad se encuentran entrelazadas, puesto que la cultura se genera, se consolida y se aprende a través de la interacción social. “Nuestra identidad sólo puede consistir en la apropiación distintiva de ciertos repertorios culturales que se encuentran en nuestro entorno social, en nuestro grupo o en nuestra sociedad”

(Giménez, 2007, p.1). En este sentido, la construcción identitaria resulta un concepto muy importante en su conceptualización cuando se busca construir conocimiento sobre las razones, justificaciones y percepciones de las sociedades cuando se relacionan con grupos diferentes a los que pertenecen.

Por medio de la interacción social se puede construir comunidad o pueden surgir conflictos entre los grupos que terminan por marcar una línea divisoria de diferenciación, propiciando así la división y la autocategorización en la comparación y el rechazo, pero también funge como motor de mejoramiento de la imagen de la identidad del grupo perteneciente o endogrupo (Hogg, 2018). En este proceso constante de autocategorización, la conceptualización de la construcción de la identidad requiere una concepción más amplia y dinámica de la identidad. Por eso, la identidad no debe ser vista como un producto de un proceso que se completa en un determinado momento, sino como un proceso continuo que se renueva en cada situación de interacción (Dobrowsky, 2012, p.92).

1.1 Marco contextual

Los procesos de migración y las caravanas migrantes

La Organización Internacional de Migraciones define a los procesos de migratorios como el “movimiento de población hacia el territorio de otro Estado que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas y/o migrantes económicos” (2006, p.38). El mismo organismo señala que durante el 2019, la cantidad de personas migrantes “alcanzó la cifra de 272 millones, 51 millones más que en 2010. Los migrantes internacionales comprenden un 3,5% de la población mundial, cifra que continúa en tendencia ascendente comparándola con el 2,8% de 2000 y el 2,3% de 1980”.

Según la oficina regional de América del Sur de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), en las últimas décadas las migraciones internacionales en la región han sufrido variaciones respecto de la dirección, intensidad y composición de los flujos migratorios, así como del papel que asumen algunos países en el sistema migratorio internacional. En el caso de América Central y el Caribe, los desplazamientos migratorios están mayormente dirigidos a los Estados Unidos.

Si bien los desplazamientos en grupo de personas provenientes de América Central y México hacia los Estados Unidos han sido un proceso social constante e histórico (Durand, 1986) este fenómeno ha experimentado un aumento importante en cuanto al foco mediático que ha adquirido la actual modalidad de desplazamiento, conocido como Caravanas Migrantes, Viacrucis Migrantes o Éxodos Migrantes.

La primera caravana de migrantes que cobró una relevancia significativa en el panorama mediático ocurrió en abril del 2018. Esto fue gracias a que el entonces presidente de los Estados Unidos, dentro de su discurso político para la reelección, buscó establecer en las personas inmigrantes un enemigo común al cual había que combatir en búsqueda del electorado a sabiendas de la sencillez que el pueblo de ese país guarda ante el tema.

Entre el 18 y 19 de octubre del año 2018, la primera caravana de migrantes de dimensiones más importantes en cuanto al número de personas que las conformaban llegó a la frontera sur de México con Guatemala en busca de cruzar la frontera para llegar a los Estados Unidos o con la intención de permanecer en México. La Guardia Nacional fue enviada por órdenes del presidente de México en turno, Enrique Peña Nieto, a bloquear el paso de las personas que buscaban cruzar el río Suchiate, que marca la frontera entre Guatemala y México. Luego de esperar en la frontera las respuestas de solicitud de asilo político, autoridades del Instituto Nacional de Migración de México señalaron que las personas que no contaran con la documentación necesaria para ingresar a territorio mexicano no serían recibidas.

Tras alrededor de siete horas de espera, el cerco de elementos de la Guardia Nacional fue atravesado por las personas que conformaban esta caravana y se vivieron momentos de tensión y violencia que terminó con un ataque de gas lacrimógeno por parte de los elementos de seguridad hacia las personas que intentaban cruzar. Otra parte de las personas cruzó la frontera a través del río Suchiate ante las tensiones que se vivieron ese día en el puente que une la ciudad guatemalteca de Tecún Umán con Ciudad Hidalgo, Chiapas.

Cuando el presidente de los Estados Unidos, Donald Trump se enteró de que la caravana intentaba cruzar la frontera sur de México, dijo que entre esas personas había “delincuentes peligrosos” y presionó al Gobierno de México para que detuviera lo que etiquetó como una “invasión”. Amenazó con cortar las ayudas económico-sociales que su país ofrecía a países del Triángulo del Norte de Centroamérica si los gobiernos de Guatemala, Honduras y Nicaragua no detenían la caravana.

Un artículo publicado en el portal del Colegio de la Frontera Norte, titulado *Las Caravanas de migrantes, su representación política y los derechos humanos de los migrantes*³, en el cual aborda la cobertura mediática que esta caravana migrante recibió, señala:

En abril 2018, por primera vez el *viacrucis migrante* (caravana migrante, etiquetada desde términos políticos religiosos) adquirió dimensiones políticas internacionales cuando Donald Trump alertó a través de su cuenta de Twitter sobre “las caravanas” con “olas de migrantes que entraban a México” para llegar a Estados Unidos. En todos

³ *Las caravanas de migrantes, su representación política y los derechos humanos de los migrantes* | El Colegio de la Frontera Norte. (2018). El Colegio de la Frontera Norte

los medios de comunicación nacionales e internacionales se difundieron cotidianamente los avances del viacrucis migrante. Las abundantes noticias provocaron o acentuaron la polarización política del público mexicano y estadounidense en torno a la migración: por un lado, generaron una ola de solidaridad de parte de las comunidades migrantes y defensores de derechos humanos, por el otro, suscitaron miedo y reacciones extremas de xenofobia (Paris, 2018).

Consecuentemente, el hecho tomó relevancia en la agenda de los medios nacionales e internacionales, al tiempo que la deliberación del debate en redes sociales tomó una fuerte efervescencia que polarizó las posiciones de las y los usuarios, que asociaron las personas sin una distinción de su situación social real, creando una dicotomía entre personas que deberían ser asociadas al término “refugiado” y las que responden a la categoría de migrantes. Para esto, es necesario hacer una distinción entre personas en situación de migración y personas en situación de refugio. Tal y como señalan Nerghes y Lee, (2018, pp. 271), existe una dicotomía al nombrar a estos grupos con una característica muy peculiar, que es la de “el refugiado "merecedor" versus el migrante "no merecedor", que al etiquetar a las personas en situación de movilidad transnacional, representa a todas estas personas son una distinción de su situación social real.

El término “migrante” se reduce más a algo ligado con fronteras y territorio, y contienen un carácter más apegado a la decisión de la persona de realizar el cambio. Por otro lado, el término de “refugiado” opera más cercano a la contemplación de aquellas personas que huyen por conflictos bélicos, por falta de oportunidades laborales o de servicios básicos, como la salud social, el acceso a la educación, al trabajo, como es el caso de países como Honduras y El Salvador, que se encuentran en contextos difíciles de seguridad pública y de un acceso limitado a los bienes básicos.

La caravana migrante en Twitter

Entrando en el campo de la comunicación y la migración aludiendo a nuestro objeto de estudio, el medio mexicano Sin Embargo publicó un artículo titulado *Cuentas de EU y México*,

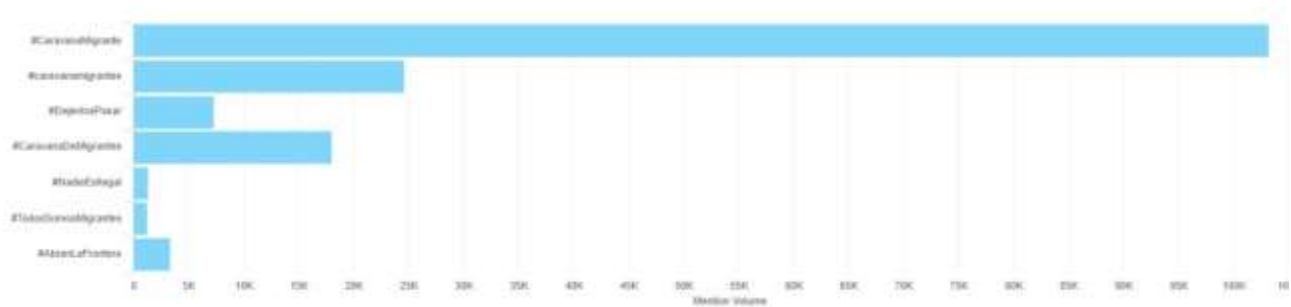
trolls y bots usan #CaravanaMigrante para sembrar racismo en Twitter ⁴, en donde señalan que a través de un análisis de redes encontraron que “que entre los oponentes a la caravana hay influencia de cuentas estadounidenses que han movilizado campañas de odio hacia los migrantes, con la colaboración de cuentas mexicanas que convergen con corrientes de derecha” (Torre (2018, 26 noviembre).

La conversación también giró en torno a la inseguridad, el aumento al porcentaje de inmigrantes hacia México, así como aspectos políticos y económicos dividieron la conversación. Destaca también la respuesta hostil de un grupo antinmigrante en la ciudad de Tijuana, episodio que cobró relevancia mediática a nivel nacional. Mientras que el discurso a favor estuvo encaminado hacia “la solidaridad de la Ciudad de México, una urbe sensibilizada por tragedias, particularmente por los terremotos, como el del septiembre de 2017” (Torre, (2018, 26 noviembre).

Por su parte, Ismael Sánchez Anguiano en la entrada a su blog titulada *#CaravanaMigrante, un hashtag que muestra tres Méxicos* a través de la herramienta para el seguimiento de conversaciones en Twitter, Brandwatch, donde señala que el hashtag más importante en el día del 21 de octubre del 2018 respecto a la caravana migrante fue #CaravanaMigrante, el cual arrojó un total de 428,000 menciones totales emitidas por, aproximadamente, 150,000 usuarios únicos, lo que da indicios de una relación de 2.8 tuits por autor en promedio, me parece bastante orgánico (Sanchez, (2018b, noviembre 7).

El análisis de redes muestra que el hashtag más utilizado en la conversación fue #CaravanaMigrante, con un total de 103 mil menciones, lo cual se puede observar en la siguiente gráfica:

⁴ Torre, I. O. (2018, 26 noviembre). Cuentas de EU y México, trolls y bots usan #CaravanaMigrante para sembrar racismo en Twitter. *SinEmbargo MX*. <https://www.sinembargo.mx/25-11-2018/3502016z>



Gráfica 1: (Sánchez. I, 2018)

A partir del análisis, generaron tres categorías para organizar las unidades de análisis, que, de acuerdo a lo observado en las conversaciones el equipo de Monitoreo creó tres categorías para medir el *sentiment* (Sánchez, 2018):

1. A favor.
2. En contra.
3. Odio irracional (donde se conglomeran todos los mensajes de discriminación severa, que no buscan diálogo, sino externar una opinión violenta).

Por último, otro de los datos más importantes para esta tesis es la interpretación de los datos, la cual revela que

a pesar de que los mensajes positivos son más y promovidos vía RT por parte de personas que apoyan la caravana, la mayoría de los mensajes negativos no son promovidos por otras personas, sino que como publicaciones unitarias representan un mayor volumen realmente; por lo tanto, toda persona en la red ve pasar un mayor número de mensajes únicos negativos, mientras que los mensajes positivos pueden ser replicados una y otra vez, apareciendo el mismo texto o la misma foto en repetidas ocasiones (Sánchez. I, 2018).

Una vez conociendo un poco mejor cómo fue que se generó la conversación sobre la caravana migrante en su punto más álgido de discusión en Twitter podemos entonces señalar la pertinencia de esta tesis en función de la gestión de la amenaza a la identidad social de las y los usuarios en Twitter respecto a su decodificación del mensaje que los medios de comunicación generaron sobre la Caravana Migrante.

Capítulo II: Marco Teórico

La Teoría de la Identidad Social

Introducción

Este capítulo está dedicado a desarrollar un planteamiento teórico desde el que abordaremos nuestro objeto de estudio. Se trata de la Teoría de Identidad Social (TIS) (Tajfel, 1972; Hogg, 1988, 2016; Turner 1992; Hogg y Abrahms, 1999), y sus posibles enfoques que buscan el acercamiento a los actuales procesos de construcción, ajuste y reforzamiento de las identidades sociales.

La teoría de la Identidad Social ha sido ampliamente desarrollada como un marco influyente en la Psicología Social en las últimas décadas. Sus postulados han servido de corriente teórica para observar diversos fenómenos sociales y ha desarrollado un campo académico sobre estudios vinculados al comportamiento grupal, a las relaciones intergrupales en general y a la colaboración entre éstos (Turner, 1999; o Hogg y Abrahms, 1999).

Es una teoría que se inició a partir del trabajo de Henry Tajfel en la década los años cincuenta, y es producto del trabajo de la percepción categorial (Tajfel, 1957). Su desarrollo posterior vio crecimiento de la mano de sus colegas en Bristol, Inglaterra, quienes desarrollaron el paradigma experimental del grupo mínimo (Tajfel, 1970; Tajfel, Billig, Bundy, y Flament, 1971), el cual marcó un hito en el área de los estudios de las relaciones intergrupales y que dio pie al desarrollo de nuevas hipótesis que relacionaron los efectos de la mera categorización sobre las conductas de discriminación intergrupala (Brewer, 1979).

Posteriormente vino el desarrollo de la Teoría de la Auto-Categorización del Yo, elaborada por John Turner y sus colaboradores (Turner, 1985; Turner, Hogg, Oakes, Reicher y Wetherell, 1987), la cual buscaba completar el desarrollo de la teoría de la identidad social desde otras

perspectivas. Esta cobró énfasis en el desarrollo del trabajo que puso el acento en las bases cognitivas de los procesos de categorización que subyacen a la conformación de la identidad, y elaboran un cuerpo de propuestas más estructurado (Scandroglio, Martínez y Sebastián, 2008 p.81).

Ya por la década de los años noventa el interés por esta teoría toma fuerza y resurge desde sus postulados el estudio de los fenómenos grupales en varios ámbitos, tales como la cohesión social (Hogg, 1992), la conformidad, normas e influencia grupal (Turner, 1994), el prejuicio (Brown, 1995), el conflicto intergrupal (Ashmore, Jussim, y Wilder, 2001), el comportamiento colectivo (Reicher, 1987) y los contextos organizacionales (Hogg y Terry, 1998).

La vertiente social de la construcción de la identidad opera en función de una pregunta básica. ¿Quién soy yo? Por medio de las posibles respuestas a esta pregunta los individuos pueden autocategorizarse y diferenciarse de las y los demás, al tiempo de que los auto- inscribe en un grupo. La teoría de la identidad social, señala que se trata de un “conocimiento individual de la propia pertenencia a ciertos grupos sociales junto con cierta importancia emocional y valorativa atribuida a sí mismo por su membresía grupal” (Tajfel,1972, p. 292), es también concebida como una teoría de las relaciones entre grupos, del conflicto y de la cooperación entre grupos (Tajfel y Turner, 1979).

De ahí que sea una teoría muy útil para abordar procesos de movilidad humana, puesto que estos regularmente presentan tintes en estas tesituras conflictivas entre grupos, así como cooperación entre estos, pero apostamos en esta tesis a que el contexto en el que se van desarrollando los acontecimientos tiene una fuerte injerencia en la manera en la que las personas de la sociedad de acogida reaccionan a un proceso de inmigración. Esto debido a que, como señalan Jiménez y Vázquez, (2015) la identidad no ha sido examinada como un concepto monolítico desde la psicología social: Por el contrario, “se han postulado diferentes tipos de identidades que se activan o desactivan en función de las teclas contextuales, y estos tipos de identidades motivan diferentes comportamientos (Jiménez y Vázquez, 2015, pp.6).

La identidad social no puede entenderse aislada de la comunicación, ya que es a través de la comunicación donde se gesta la interacción social de las y los seres humanos, que,

ancestralmente han sido narradores de historias. Se dice que los griegos creían que las cosas ocurrían sólo para que las personas pudieran contarlas luego (Dolina, 1999). Las y los seres humanos, por naturaleza, no sólo vivimos en sociedad, sino que también somos narradores de historias, de cuentos, de experiencias (Fisher, 1985, p.75). La comunicación es un pilar para el establecimiento de la cultura y de las sociedades, puesto que es a través de ésta donde se comparten los símbolos que representan, los códigos socialmente compartidos y las creencias. “Las culturas se crean y se recrean en la comunicación, la cual transmite la información necesaria para que, por una parte, surja la identidad social (Gudykunst, 1988; Tajfel, 1978).

Hoy en día, la comunicación y la tecnología van de la mano. La primera ha jugado un papel importante en el desarrollo de la segunda, puesto que es el medio extendido herramienta para desarrollar la revolución que la comunicación que se ha sucedido en las últimas tres décadas, “causando efectos, a su vez, en las diferentes formas de ésta, a las culturas, e incluso a los individuos mismos (Castells, 2000a y 2000b; García Canclini, 1995 y 2000; Giddens, 1997; Martín-Barbero, 1987). Es a través de internet, que propicia la interactividad mediada por la tecnología, en donde fluye el sentido que constituye a las y los individuos en sus identidades sociales, puesto que a través de esta comunicación se transmiten los valores de los grupos determinados que facilitan la filiación social.

Las redes sociales y los medios de comunicación son espacios ideales para la construcción de las identidades sociales. La identidad como la unidad básica de discurso y el actuar es el reflejo de una visión del mundo, de una objetivación ideológica (Hidalgo, 2014, p. 211). A través de su discurso, las y los usuarios se representan a sí mismo ante los demás que comparten el espacio digital. A través de este comparte, aprende, reconoce y desconoce espacios en el mundo. Cristaliza sus valores, sus normas e ideas a partir de su construcción e identificación. Es la objetivación del modo de concebir y representarse y es en la esfera pública donde se da esta compleja interacción de representaciones (Thompson J. 1996).

La esfera pública que representa el espacio de las redes socio-digitales, construida como una red de relaciones de densidad variable, es el lugar donde “donde el *otro* se me revela como una extensión de mí mismo, pero diferente, mi consigna se mezcla entre la consigna colectiva...

posibilita la tensión entre convicción y resistencia, entre creencia y deseo” (Reguillo Cruz, R. 2005, p. 73).

En este sentido, tanto los medios de comunicación y las y los usuarios que convergen en las redes sociales produciendo, consumiendo, intercambiando y seleccionando contenidos entre ellos, fugen como puentes para el tránsito de discursos que contienen diversos significados, símbolos, representaciones y signos capaces de construir a las y los sujetos en términos identitarios. Sirven de punto de encuentro, crean nuevas formas de conversación en el que la información y los contenidos simbólicos crean nuevas formas de interacción social (Habermas, 1986).

Procesos de categorización, comparación y diferenciación social

Esta teoría engloba tres procesos psicosociales –*la comparación, la categorización social y la identificación*– que son elementales para entender cómo es que operan sus postulados. El campo de la psicología social ofrece una mirada particular de la construcción de la identidad, ya que “constituye una ocasión privilegiada para analizar cómo los procesos sociales determinan y conforman los fenómenos psicológicos” (i Llombart, 2004, p. 93). Desde esta perspectiva, la construcción de identidad social se distancia de la elaborada por la psicología y la sociología, puesto que desde la psicología es vista como un proceso individualista y plantea que la identidad responde a la formación de la idiosincrasia de la persona y que está conformada por un núcleo neutral propio y diferente.

Por su parte, la visión de la sociología plantea a la identidad desde una visión que prefigura a un individuo que actúa en función de normas y pautas sociales adquiridas en la interacción. Es decir, que la identidad de la persona se reduce a “una especie de programa o protocolo en el que es conformado completamente por las estructuras sociales y que el individuo se limita a ejecutar” (I Llombart, 2004, p. 93).

En cambio, la mirada psicosocial de la identidad se aparta de la mirada estricta de la psicología que proyecta la constitución de la identidad desde un plano individual y reconoce lo importante que es el contexto en el que el ser humano se desarrolla para la conformación de su identidad social, al tiempo de que integra la visión de la sociología al reconocer que la persona no es un autómatas social, sino que tiene un cierto grado de agencia en este proceso, puesto que el individuo interpreta las situaciones sociales a las que se expone y tiene capacidad de elección entre una variedad de opciones de acción y reacción que en ocasiones no son consonantes con las pautas socioculturales aprendidas por el individuo. Estas, por lo general, suelen ser imperantes en el contexto en el que se desarrolla el individuo, ocasionando una disrupción de lo normalmente establecido.

Los postulados de la teoría de la construcción social de la identidad señalan que ésta apunta a la manera en la que las y los individuos se conciben así mismos, al tiempo de que también conciben a los demás individuos; pertenecientes a otras categorías sociales o grupos. Está fuertemente influida por las comunidades a las que cada individuo pertenece. Es por ello que las relaciones entre grupos siempre han sido una de las características más representativas de esta teoría. Esto se debe a una razón fundamental: “lo que sucede dentro de los grupos es inseparable y fundamentalmente afectado por lo que sucede entre los grupos, y viceversa” (Hogg, 2016), ya que la identidad social define y evalúa el autoconcepto de uno mismo y el modo en que los demás lo tratarán y lo pensarán (Hogg, 2016).

Puesto que esta tesis está centrada la gestión de la amenaza a la identidad social en Twitter sobre procesos de movilidad humana en un contexto latinoamericano, la búsqueda de Turner por “comprender los prejuicios, la discriminación y el conflicto intergrupales en la sociedad” (Hogg, 2016) son objetivos útiles para abordar nuestro objeto de investigación, ya que los grupos sociales, “ya sean grandes categorías demográficas o pequeños equipos orientados a tareas, brindan a sus miembros una identidad compartida que prescribe y evalúa quiénes son, qué deben creer y cómo deben comportarse” (Hogg, 2016).

De este modo, podemos decir que la identidad es un concepto constantemente en movimiento, no es estático y es cambiante conforme las y los individuos adquieren nuevos

conocimientos, socializan con otras personas e interactúan con individuos. Esto debido a que las personas crean categorías a partir de su conocimiento para ordenar, simplificar y comprender su realidad social, y entre estas categorías se encuentran los grupos mediante los cuales otorgan un lugar a los otros y a sí mismos. La identidad es algo que no puede ser conseguido en un determinado momento, sino que su construcción es constante y está continuamente en un proceso de negociación, pero también se encuentra limitada por algunos factores (Weber; Mitchell, 2008). I Llombart, (2004 p. 93) trae a colación a Henri Tajfel para remarcar que

el sentido de identidad social está determinado por su pertenencia a diferentes grupos. La identidad constituye la parte del autoconcepto que está ligada al conocimiento que tenemos de pertenecer a ciertos grupos sociales y a la significación emocional y evaluativa resultante (Tajfel, 1972).

De hecho, el concepto de “identidad nominal” de Manders-Huits (2010, p. 48) podría servir para ampliar el panorama, ya que este autor lo plantea lo plantea como “un conjunto de atributos asignados a una persona por parte de la sociedad. Estos atributos necesitan ser fijados - aunque sea de forma temporal- para que dicha persona pueda ser identificada y re-identificada de manera consistente” (Manders-Huits, 2010, p.48).

Tomando esto en cuenta, si tomamos estos postulados del campo de la psicología social para observar el concepto de identidad social en nuestro objeto de estudio, nos daremos cuenta de que no se puede pensar la construcción de la identidad sin tomar en cuenta el contexto social, el marco histórico y las estructuras sociales en donde el individuo se desenvuelve, puesto que se encuentra influenciado por estas dimensiones.

Puesto que el ser humano se desenvuelve en sociedad, es un actor constate de interacción, por tanto, es un ente que se apoya de la interacción simbólica. Es por ello que la creación de las identidades está también determinada por “la producción social de ciertas representaciones que juegan papeles significativos, en tanto articuladoras de sentido de las prácticas de organizaciones y movimientos sociales” (Mato, 2007 p. 13) como lo son los procesos de movilidad humana, puesto que dichos procesos o fenómenos sociales están marcados, como el mismo autor señala, “de diversas maneras por relaciones transnacionales entre actores locales y globales” (Mato,

2007) en los que la diferenciación, la autocategorización, la evaluación de las acciones, las justificaciones, la discriminación y los estereotipos surgen constantemente.

La diferenciación o las comparaciones son algo crucial en la construcción de la identidad. Nos comparamos con otros para identificarnos a nosotros mismos, y así, encontrar nuestro lugar y nuestro rol en el mundo en el que nos desempeñamos. Esto, a su vez, nos ayuda a ubicarnos dentro de un grupo social con el cual nos sentimos identificados, Nos es útil para la vida cotidiana, ya que funciona como un dispositivo de protección entendida desde un plano grupal. Esta comparación es crucial, ya que conforma los denominados endogrupos y exogrupos. “El uso de la discriminación de los exogrupos contribuye a la construcción de una identidad social positiva y con eso los sujetos incrementan su autoestima” al sentirse parte de determinado grupo. “En este caso, los grupos desfavorecidos hacen uso de un conjunto de estrategias (movilidad, creatividad y movilización social) para mejorar su identidad” (Tirado Serrano, en Llobart, 2004, p. 96).

En este caso, podemos entonces relacionar cómo es que operan las llamadas “caravanas migrantes” como estrategia de protección grupal, de acción colectiva, además de ser un fuerte factor de generación de identidad colectiva, puesto que los inscribe en un rol definido de integrantes de una acción colectiva al avanzar en grupo en búsqueda de la autodefensa ante las amenazas que el contexto de inseguridad imprime a su recorrido.

Para este caso, referimos el término “rol” para enmarcar un modelo de organización del cual se desprende la posición determinada de un sujeto en un grupo. De este modo, se puede crear la posibilidad de interiorización del sujeto de su propio rol entre y ante los de su grupo para así comprender cómo es que las diferentes estructuras sociales operan en la configuración y reforzamiento de las identidades.

En su texto *La identidad (el self)*, Margot Pujal i Llobart (2004) señala que existen diversas perspectivas teóricas para la conceptualización de la identidad de los individuos y de las sociedades. Se pueden dar a través de una serie de valoraciones que toman en cuenta “la influencia recíproca que la identidad y el individuo se ejercen mutuamente” (p.98). A continuación, se presentan las perspectivas que consideramos son las más útiles para esta tesis:

- Tomar conciencia de la importancia del lenguaje y la narración de sí mismo (o de sí misma), y también de la cultura y el contexto social para la construcción de la identidad.

- Analizar las implicaciones del uso de categorías sociales para la construcción de la identidad social y para la formación de estereotipos y de comportamientos de discriminación hacia los individuos que pertenecen a categorías diferentes.
- Ser capaces de conceptualizar la identidad como el producto que surge de la interacción simbólica.
- Tomar conciencia de la dimensión sociohistórica de las identidades.

Tomadas estas consideraciones para la comprensión de cómo las personas determinan su identidad social, pasaremos al proceso de la autocategorización, el cual, desarrolla una comprensión más precisa de cómo las personas se autoadscriben a un grupo y buscan en esta filiación la pertenencia a una categoría social que le otorgue valor a su existir y una posición determinada dentro del grupo.

La Autocategorización

En esta teoría se gesta un proceso de autocategorización de sí mismo, mediante el cual, las y los individuos se autoadscriben a una categoría o grupo social del cual se sientan identificados y del que compartan sus códigos sociales, sus costumbres y su cultura bajo el consenso. Esta parte de la teoría se desarrolló ampliamente en los años 80, con el fin de “revisar y especificar con mayor precisión las bases cognitivas sociales de los fenómenos de identidad social, como parte de una teoría más general sobre la identidad social del grupo, a menudo denominada teoría de la auto-categorización” (Turner et al., 1987; ver Abrams y Hogg, 2010).

A través de la autocategorización se engloban los procesos psicosociales -la comparación, la categorización social y la identificación-. Nuestra manera de actuar o de relacionarnos con las personas no se determina a partir de lo que son las personas en sí, sino que las categorizamos a partir de cómo nos las representamos o cómo las interpretamos desde nuestra visión y construcción.

De esta manera, les asignamos una categoría grupal, puesto que les designamos un grupo o categoría social que nos ayuda a interpretar la realidad que nos rodea. Tal y como señala Hogg (2016) “los grupos humanos son categorías que las personas representan mentalmente como *prototipos*: conjuntos difusos de atributos interrelacionados (actitudes, comportamientos,

costumbres, vestimenta, etc.) que capturan las similitudes generales dentro de los grupos y las diferencias generales entre los grupos. Una manera simple de explicar esto es describir el proceso mental mediante el cual, las y los seres humanos desempeñan para relacionar rápidamente conceptos. Un ejemplo de esto es el proceso de asociación si se refiere el concepto hípster, francés o terrorista. El atajo que toma la mente humana para llegar a este prototipo es parte fundamental de la categorización de los grupos.

De esta manera es como sea crean los estereotipos, puesto que, si muchas personas que conforman un grupo comparten los mismos prototipos sobre una u otra cosa o concepto, el prototipo se convierte en estereotipo al ser un prototipo compartido por cierta parte del grupo, de manera tal que esto también sirve para el proceso constante de comparación. “Los prototipos endogrupales no solo capturan similitudes dentro del grupo, sino que también acentúan las diferencias entre nuestro grupo y un grupo externo específico” (Hogg, 2016 p.9) y es también donde entra en juego la identidad personal, que termina por impactar en la dimensión social, ya que

la identidad social se desactiva cuando la identidad personal es sobresaliente y viceversa. Por tanto, este principio implica que los comportamientos que las personas realizan para los grupos con los que se identifican pueden estar principalmente motivado por la identidad social relevante en este contexto, y sólo a un en menor medida por su identidad personal (Jiménez y Vázquez, 2015, pp.8).

Esto resulta interesante si se piensa en la manera en la que las personas gestionaron la amenaza a su identidad social dentro de una determinada línea de tiempo, o si se piensa en los procesos de ajuste a dicha identidad en tanto el proceso de la caravana migrante se tornaba más complicado hasta llegar a la crisis humanitaria, geopolítica y social al que llegó. Es decir, en qué medida sus identidades personales pudieron haber llegado a fusionarse en el contexto de la amenaza grupal que, supuestamente los medios retrataron en sus contenidos, tomando en cuenta que

el núcleo de esta teoría es la propuesta de que algunas personas, las que se sienten intensamente fusionados con un grupo, conservan un fuerte sentido de agencia personal cuando están en situaciones de grupo. Es decir, la identidad personal de individuos fuertemente fusionados no se diluye cuando su identidad social es saliente, como podría esperarse de Self- Teoría de categorización (Turner et al., 1987). Al contrario, su identidad personal permanece activa, incluso en contextos grupales, y se combina sinérgicamente

con su identidad social para inducir una fuerte voluntad de sacrificarse por el grupo y sus miembros (Jiménez y Vázquez, 2015, pp.9).

Bajo este entendido, este concepto podría ser útil para observar entonces cuáles son los cambios en la identidad personal o social de las personas, lo cual puede ayudar a comprender de manera más clara la fortaleza de sus identidades y cuáles son desactivadas en el proceso de participación en la discusión respecto a la caravana migrante.

El proceso de comparación siempre está implícito y es necesario para poder establecer relaciones a partir de ciertos patrones o criterios que darán un encause a la comparación. Esto se da por ejemplo al comparar a las personas por su color de piel. Si tomamos este camino, llegaremos a un destino diferente que, si evaluamos al sujeto por su ideología política, por su grupo étnico o por su nacionalidad. Como se decía anteriormente, no evaluamos a las personas por lo que son en realidad, sino que nuestros esquemas mentales y conocimientos. La comparación que haremos estará determinada en un primer momento por el proceso de socialización, es decir, cómo nos acercamos a ese nuevo individuo, en qué condiciones y en qué contextos, al tiempo de que, como anota Hogg (2016)

el proceso de categorizar a alguien tiene consecuencias predecibles. En lugar de “ver” a esa persona como un individuo idiosincrásico, se lo ve a través de la lente del prototipo de la categoría en la que se los ha colocado, se *despersonalizan* en términos de los atributos del prototipo (Hogg, 2016, p.9)

También, en este proceso dependerá la información previa que tengamos de ciertos grupos para poder asignarle una categoría, aunque con el tiempo, es decir, con el aprendizaje de nuevos elementos de representación, podremos ampliar ese marco interpretativo al sustituir nuevos conocimientos, rasgos o representaciones por los anteriores. Como hemos señalado anteriormente, la identidad se construye constantemente y es un proceso en donde el aprendizaje y la interacción juegan un papel elemental en la comparación que busca semejanzas y diferencias de las y los integrantes de un grupo o categoría social.

En esta misma tesitura, las personas también tienen mecanismos para realizar la movilidad social hacia otras categorías a las que no pertenecen. Es decir, adoptan estrategias grupales que

dependen de las estructuras de creencias subjetivas, estas son “creencias de los miembros sobre la naturaleza de la relación entre su endogrupo y un exogrupo específico” (por ejemplo, Ellemers, 1993; Hogg y Abrams, 1988). Estas estructuras le otorgan un pilar al individuo para posicionarse dentro de una determinada categoría bajo su creencia de pertenencia subjetiva. En este sentido, Hogg (2016) las presenta de la siguiente manera:

- 1- Estatus (¿cuál es la posición social de mi grupo en relación con el exogrupo?),
- 2- Estabilidad (¿qué tan estable es esta relación de estatus?)
- 3- Legitimidad (¿cuán legítima es esta relación de estatus?)
- 4- Permeabilidad (¿qué tan fácil es para las personas cambiar su identidad social al “pasar” al grupo externo?)
- 5- Alternativas cognitivas (¿es concebible una relación intergrupar diferente?).

Mediante estas valoraciones también se puede caer en la acentuación ilusoria de semejanza entre las personas que forman parte de una misma categoría, y la creación exagerada de diferencias. A través de estas se pueden entonces desarrollar mecanismos para la integración o el rechazo de ciertas personas que pertenecen a otras categorías sociales, ya que como señala i Llombart (2004)

la categorización tiene un valor instrumental en el sentido que organiza, estructura y simplifica la información que tenemos del medio social, pero también tiene un *valor ideológico*, de control social, en el sentido que estructura grupalmente la sociedad según los intereses y valores de los grupos dominantes (i Llombart, 2004 p.118)

La valoración o percepción que hagamos de nosotros mismos determinará el resultado de esta comparación en búsqueda del beneficio propio. Si la comparación es intergrupar; como lo es en el caso de nuestro objeto de estudio, y no existe previamente información que relacione el fenómeno para tratar de entenderlo, el proceso de categorización que se utiliza será en función del beneficio del individuo. Es decir que “escogeremos compararnos con aquellas categorías que nos permitan salir favorecidos de la comparación, y diferenciarnos en términos de identidad social, buscando lo que Tajfel llama una distintividad social positiva (i Llombart, 2004 p.118).

El individuo buscará defender los intereses del grupo al que pertenece porque puede ver amenazada su prevalencia, o encuentra un conflicto de intereses. Esto es a lo que se le llama

autoenaltecimiento. Esto es muy común en las relaciones intergrupales, tal y como señalan Tajfel y Turner (1979) en los inicios de la teoría original de la identidad social, la cual

“se centró en la distinción intergrupal positiva y el autoenaltecimiento. Una de las características más distintivas de la vida grupal y las relaciones intergrupales es que los grupos y sus miembros hacen todo lo posible para proteger o promover su creencia de que “nosotros” somos mejores que “ellos” (Hogg, 2016, p.10).

Uno de los fines más importantes de esta creencia de promulgarse mejor que el otro grupo comprende una serie de intenciones de protección del endogrupo al ver la amenaza. En este caso, los argumentos constantes para el rechazo a las personas que conformaban la caravana migrante fue que amenazaban la seguridad, la economía y el empleo de su grupo social, haciendo ver que de esta manera buscaban en ese rechazo salvaguardar los intereses de su endogrupo frente al exogrupo. En este sentido, las comparaciones intergrupales son intrínsecamente favorables al grupo de pertenencia y etnocéntricas (Brewer y Campbell, 1976), al tiempo que

el comportamiento intergrupal es efectivamente una lucha por el estatus relativo o el prestigio del endogrupo. Los grupos de mayor estatus luchan para proteger su superioridad evaluativa; los grupos de estatus inferior luchan para ignorar su estigma social y promover su positividad (Hogg, 2016, p.7).

La categorización social también es efectiva para reducir los niveles de incertidumbre de las personas. Si relacionamos esto con el contexto social, económico y de polarización por la transición de gobierno entre Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador, podemos encontrar también un coctel de ingredientes que incentivaban la incertidumbre de la sociedad de acogida, al tiempo de que la polarización que se venía desarrollando entre posiciones políticas y de clase social acentuó el alto nivel de polarización.

Es necesario mantener siempre presente que este proceso de movilidad humana ha sido continuo desde los años 80, pero nunca se había dado el fenómeno de la movilización grupal. Con esto dicho, ahora pensemos cómo es que la categorización de la caravana o éxodo se dio por parte de los integrantes del endogrupo mexicano, ya que

la categorización social es particularmente efectiva para reducir la incertidumbre porque proporciona prototipos grupales que describen cómo las personas (incluido el propio

individuo) se comportarán y/o deberían comportarse e interactuar con otras. Dichos prototipos son relativamente consensuales (“nosotros” estamos de acuerdo en que “nosotros” somos así y “ellos” son así), por lo tanto, la visión del mundo y el autoconcepto se validan mutuamente.

Por otro lado, otra ruta para la búsqueda de distintividad positiva es aquella que se enfoca sólo la obtención del reconocimiento simbólico, lo cual podríamos relacionar con las constantes justificaciones ante las amenazas de que en los Estados Unidos se creara una imagen negativa de las y los inmigrantes, puesto que, por ejemplo, algunos de los argumentos que la sociedad mexicana utilizó es que el migrante mexicano tiene un mejor desempeño laboral que los de otras nacionalidades. Esto nos lleva entonces a una división entre el nosotros/ellos que termina por representar el etnocentrismo, que es “el *favoritismo* hacia el propio grupo y el desprecio, la discriminación y, eventualmente, la agresión hacia el grupo contrario” (Llombart, 2002 p.119). El rechazo es una categoría construida socialmente (Berger y Luckman, 1966), y esta construcción toma dimensiones más importantes en el contexto de mediatización (Cloudry, 2012) y socialización del fenómeno teniendo en cuenta la capacidad de las redes sociales de evidenciar en la esfera pública las actitudes de rechazo y los discursos de odio (Calderón, A. Herrero, D y Apolo, 2020 p.24). respecto a inmigración de los individuos hacia el exogrupo.

La percepción etnocéntrica tiene un fenómeno muy curioso que también puede ayudarnos a interpretar las visiones tanto del endogrupo como las del exogrupo. Este es conocido como el “efecto espejo, propuesto por Bronferbrenner (1961), el cual consiste en que los grupos contrapuestos usualmente tienden a tener una percepción del exogrupo con las mismas características, aunque invertidas. “Tienden a percibirse con las mismas características, aunque invertidas: descubren en ellos las mismas características positivas, y en el otro, las mismas características negativas” (Llombart, 2004 p.119).

Este fenómeno puede resultar muy ilustrador si se comparan ambas posturas, tanto la de la sociedad de acogida como la de las y los integrantes de la caravana o éxodo, puesto que un primer acercamiento a los materiales (unidades de análisis y/o notas periodísticas) revelan una constante reproducción de este fenómeno. Los integrantes de la caravana, por ejemplo, tratan de justificar su paso o permanencia en México por medio de estrategias discursivas que les permitan

representarse a sí mismos como personas honradas y trabajadoras, que son características que circulan constantemente en la sociedad de acogida. Por otro lado, los temas de seguridad son también características negativas que pueden llegar a tener este efecto espejo en ambos grupos, ya que, constantemente, la comunidad latina, en especial, en tiempos de Donald Trump, es representada como una comunidad de “violadores y delincuentes”. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que también, como señala la misma Margot Pujal Llombart (2004 p.120),

el prejuicio favorable hacia el propio grupo viene mediatizado por un proceso de valoración social de éste: así, en determinados grupos dominados podemos encontrar una preferencia y un favoritismo hacia el exogrupo dominante en vez del prejuicio etnocéntrico, es lo que llamaremos prejuicio sociocéntrico.

Las reacciones del entonces presidente de los Estados Unidos también pudo haber ocasionado reacciones de carácter visceral encaminadas hacia el rechazo en concordancia con su discurso, pero también pudo haber encaminado a una reacción de rechazo hacia la construcción de una imagen generalizada de una sociedad racista y xenófoba en México. Esto a pesar de que el contexto de transición política en el que se encontraba marcado por la incertidumbre económica y social es sin duda un variable operable en la manera de la reacción de las personas en redes sociales. Como señalan Rocha-M. del Campo y Zárate (2018 p.49) el contacto de la política y la cultura “es factor determinante del sentido de las conversaciones, lo cual obliga a realizar análisis por contexto para un pleno entendimiento de las dinámicas de la comunicación digital transnacional en las cuales los medios tradicionales continúan teniendo un papel relevante”.

A partir de esto podemos entender entonces que la justificación colectiva para sentirse parte de un endogrupo y poder rechazar a las y los integrantes de un exogrupo son elementales en la constante comparación que genera los procesos de reforzamiento de la identidad social de la sociedad de acogida, mediante las cuales buscan sustentar posibles inseguridades de su propia identidad social. “Los sistemas de creencias ideológicos y autoritarios, ya sean seculares o religiosos, a menudo se asocian con condiciones de incertidumbre e inestabilidad social (cf. Hogg, Adelman y Blagg, 2010).

En este sentido, una alta serie de categorizaciones hacia la caravana fueron impuestas en la narrativa mediática por el presidente Donald Trump. Estas estuvieron apegadas a los ideales de

la extrema derecha de los Estados Unidos con intenciones de retrotraer a la nación a una preocupación por su propio endogrupo, el tan repetido “*américa first*”, que se puede igualar a las justificaciones que algunas partes de la sociedad mexicana utilizaban al referir que en México ya existían personas necesitadas como para estarse preocupando del éxodo de personas centroamericanas. Como señala Hogg (2014)

cuanto más inseguro es el propio auto-concepto, uno más se esfuerza por pertenecer, en particular a los grupos que reducen efectivamente la incertidumbre: tales grupos son distintivos, con alta entitatividad y prototipos simples, claros, prescriptivos y consensuales. En circunstancias extremas, estos grupos pueden ser ortodoxos y extremistas, poseen ideologías y sistemas de creencias cerrados, y tienen estructuras jerárquicas de liderazgo y autoridad (Hogg, 2016, p.11).

De ahí entonces que este enfoque resulte valioso para nuestros fines exploratorios de la gestión de la amenaza a la identidad social en Twitter sobre este acontecimiento, ya que “en la medida en que tales sistemas de creencias estén vinculados a la pertenencia a grupos, la identificación puede mediar el vínculo entre la incertidumbre social y la ideología” (Hogg, 2016) en la narrativa sobre el fenómeno abordado. En este vínculo está constantemente vueltas a valoración del endogrupo para llegar a un consenso de “somos así y estamos de acuerdo en que lo somos, ya que tiene un efecto homogeneizador de la concepción de la categoría, el cual crea una sensación de conformidad con las normas que el propio grupo establece, ya que asimila al prototipo del grupo (ver Abrams y Hogg, 1990).

Diferenciación interna del grupo: contradiscursos y agentes de cambio social

También dentro de los grupos puede haber desacuerdos que escapan al consenso del grupo o categoría social, pero estas no siempre repercuten negativamente en la identidad del grupo, sino que al contrario terminan por ser agentes de reforzamiento de la identidad social, así como elementos fundamentales en los procesos de cambio de la identidad social. Como apunta Hogg (2016), “las normas grupales capturan y expresan similitud intragrupal. Sin embargo, los grupos

casi siempre se diferencian internamente” (Hogg, 2016, p.13) y esto trae consigo mejoras en la manera en la que se perciben los individuos dentro del grupo. En este sentido, “aunque los miembros marginales son generalmente percibidos y tratados de manera desfavorable, a veces pueden cumplir funciones importantes de cambio social para el grupo (Hogg y Waggoner, en Hogg, 2016).

Aquellos miembros que disciernen de los códigos establecidos por la mayoría del grupo, es decir, los miembros menos prototípicos, son vistos con desconfianza dentro del grupo. “Por lo tanto, no sólo son relativamente poco influyentes, sino que pueden verse con sospecha como desviados que potencialmente amenazan al grupo (Marques, Abrams, Páez y Hogg, 2001).

A grandes rasgos, la *teoría de la dinámica grupal subjetiva* señala que a los agentes marginales del grupo se les atribuye que estos pueden amenazar la claridad en las normas y la integridad grupal (Marques, Abrams y Serôdio, 2001; Pinto, Marques, Levine y Abrams, 2010). Por lo tanto, un miembro marginal

que diverge de la norma del grupo en una dirección que se aleja del exogrupo (llamado desviación pro-norma), acentúa la distinción entre los grupos y, por lo tanto, es menos amenazante desde el punto de vista normativo que uno que se inclina en una dirección hacia el exogrupo (llamado desviación anti-norma) y difumina los límites intergrupales; este último invita a una reacción más negativa del grupo que el primero. Aunque los miembros marginales son generalmente percibidos y tratados de manera desfavorable, a veces pueden cumplir funciones importantes de cambio social para el grupo (Hogg y Waggoner, en prensa).

Por ejemplo, los desviados o marginados pueden jugar papeles de críticos grupales (por ejemplo, Hornsey, 2005), o como grupos en minoría que están constantemente poniendo en tela de juicio la sabiduría aceptada de la mayoría del grupo (Nemeth y Staw, 1989). Esto puede darse debido a que los integrantes de la minoría excluida buscan reconocimiento por parte de la mayoría del grupo que acepta las normas, pero su contribución al grupo termina siendo de vital importancia, es constructiva en cuanto a la imagen o identidad del endogrupo, ya que “las minorías y los críticos están tratando efectivamente de cambiar la identidad del grupo desde adentro” (Hogg, 2016, p.14).

Bajo este entendido, podemos relacionar entonces que los contradiscursos que se generaron en favor de la imagen de la caravana migrante son impulsados por una parte marginal del endogrupo perteneciente a la sociedad de acogida. Tomaremos como contradiscursos a la línea discursiva que se gestó, principalmente por parte de ONG's, grupos colectivos y demás personas-usuarios que impulsaban una imagen positiva apegada a los derechos de movilidad humana, a los derechos humanos de las personas, a la dignidad y al derecho a la seguridad y al trabajo. Así como figuras del espectáculo que promulgaban la aceptación del exogrupo y criticaban las acciones de rechazo por parte de algunos integrantes del endogrupo.

En este sentido, por ejemplo, el episodio de manifestaciones en la ciudad de Tijuana es un fenómeno muy potente que pone en función algunas de estas ideas, ya que “los miembros marginales a veces pueden ser muy perjudiciales para el grupo. Las minorías que sienten que no tienen voz dentro del grupo pueden fragmentarlo formando un cisma (Sani, 2005); y “los individuos que sienten o que efectivamente son tratados como miembros periféricos de un grupo que es importante para su identidad, pueden convertirse en extremistas entusiastas en nombre del grupo en un intento de ser aceptados como miembros centrales leales” (Hogg, 2016, p.14), generando con esto lo que Amin Maalouf (2012) llamó las identidades asesinas.

Teniendo esto en cuenta, resulta interesante analizar estos comportamientos, que bien podrían relacionarse con la parte de los integrantes del grupo marginal que pueden llegar a ser perjudiciales para el grupo, ya que este acontecimiento sólo empeoró la imagen del endogrupo que no aprobaba la estancia de los inmigrantes en “su ciudad”, así podría replicarse el caso para más integrantes de la sociedad de acogida que se debatieron entre ser parte de un grupo u otro dependiendo de sus construcciones previamente establecidas, o también influenciadas por categorías impulsadas por la extrema derecha de los Estados Unidos y que se transfirieron a través de los diferentes medios de comunicación y redes sociales que ayudaron a una homogeneización de las categorías utilizadas para diferenciarse de las y los integrantes de la caravana o éxodo migrante.

Los prejuicios y la discriminación

Las personas no siempre evalúan las acciones de los demás a partir de lo que realmente son, sino de las categorías sociales que les atribuyamos. Pero no todas las categorías sociales funcionan de la misma manera. Tal y como señala i Llombart (2004, p. 120), algunas son más utilizadas y más visibles socialmente que otras, sobre todo aquellas “que hacen referencia a los *grupos minoritarios* o sin poder, como homosexual, mujer, negro, inmigrante, niño, etc. a diferencia de blanco, hombre, burgués, heterosexual, autóctono, adulto” (i Llombart,2004, p. 120).

Es por ello que la psicología social ha desarrollado el concepto del prejuicio, el cual se entiende como “*una actitud generalmente negativa hacia determinadas personas, que está originada porque pertenecen a determinadas categorías sociales y no por sus características o actuaciones individuales* (i Llombart,2004, p. 120). También existe el concepto de estereotipo, el cual, podría decirse que “está formado por el conjunto de creencias sociales (cognición social) que están socialmente asociadas a una categoría grupal, las cuales provocan los prejuicios y los justifican (i Llombart,2004, p. 120).

Los estereotipos y los prejuicios son continuamente reforzados y dependen del contexto en el que los individuos se desenvuelven. El mitigarlos o borrarlos es un proceso difícil de conseguir, ya que

la percepción de las personas que hacemos por medio del estereotipo funciona de tal manera que no resulta nada fácil destruir estas representaciones que distorsionan la realidad, muy al contrario, tienen una fuerte *tendencia a autoalimentarse y mantenerse*. El hecho de utilizar el estereotipo como referente de interpretación nos llevará a fijarnos sólo en las acciones o informaciones de la persona que sean coherentes con nuestro estereotipo y a desestimar aquellas informaciones que son poco o nada coherentes con él (i Llombart,2004, p. 121).

Por lo tanto, al realizar la selección de información para comprender la realidad, la selección se da a partir de una asociación con aquella información que autoconfirma los estereotipos que son concordantes con los esquemas de pensamiento que nos han constituido, sin importar “que tengamos delante de nosotros informaciones objetivas y contradictorias que

podrían desdecirlos” (i Llombart,2004, p. 121). En consecuencia, la percepción de la realidad puede estar distorsionada por nuestras propias ideas, es decir, “puede hacernos ver directamente aquello que no existe, mediante un proceso de proyección social que depende de nuestras expectativas, de aquello que esperábamos encontrar” (i Llombart,2004, p. 121).

Es por ello que, al sesgar nuestra percepción de lo real, los estereotipos también afectan el comportamiento de las personas en el sentido de que “dirigen las acciones que emprendemos hacia las personas que son objeto de estereotipo y prejuicio y hacen que aquél sea discriminatorio y les perjudique” (i Llombart,2004, p. 121). En consecuencia, los procesos de discriminación se generan en búsqueda de favorecer a los integrantes de la categoría propia y al mismo tiempo, perjudicar a los que miembros de otras categorías.

Esto puede resultar en graves afectaciones a los grupos discriminados, tales como una *baja autoestima* o la percepción negativa de sí mismo y, también, un fuerte *sentimiento de inferioridad*, el cual le puede conducir a maltratarse o a dejarse pisar y a tener actitudes de sumisión (i Llombart, 2004, p. 121).

Capítulo III: Metodología y diseño de la investigación

Introducción

Para poder profundizar en la relación que existe entre la gestión de la amenaza a la identidad en la narrativa de Twitter ante el imaginario colectivo respecto a la caravana, se realizó un análisis temático de las unidades que conforman el corpus, las cuales fueron recolectadas en las fechas que establecen cuatro episodios seleccionados con mayor cobertura mediática. Así mismo, se llevó a cabo un análisis descriptivo estadístico de las notas informativas de los tres medios con mayor referencia en la narrativa de Twitter respecto a la caravana en los días que marcaron cada episodio.

Puesto que esta tesis desarrolla se centra en la gestión a la amenaza de la identidad social en redes sociales, el análisis cualitativo temático del corpus elaborado de unidades de análisis se presenta como el principal método para producción de datos empíricos. El análisis descriptivo de la cobertura de los medios de comunicación funge como una fotografía general que retrata cómo fue que algunos medios de comunicación de los más presentes en la conversación de Twitter generaron un imaginario colectivo respecto a la caravana migrante, el cual sirve como punto de partida para que las afinidades electivas operen en la selección de elementos biográficos de los usuarios de la red social.

Esto nos lleva a establecer que esta tesis, si bien pretende generar principalmente datos empíricos para discusión desde una perspectiva cualitativa, es necesario reconocer que la obtención de datos provenientes del análisis descriptivo de las notas informativas es de carácter cuantitativo, aunque sea relacional y no causal, lo cual implica un acercamiento metodológico mixto. Según Creswell (2015: 2), principal propulsor y activo difusor de este movimiento, la investigación con métodos mixtos es aquella en la que el investigador reúne datos cuantitativos y cualitativos, los integra y luego realiza interpretaciones basadas en combinar las fortalezas de ambos (Forni y Grande, 2020 p.169).

Los métodos de investigación cualitativa pueden establecerse como acercamientos metodológicos para investigaciones sobre la vida de la gente, las experiencias vividas, los comportamientos, emociones y sentimientos, así como al funcionamiento organizacional, los movimientos sociales, los fenómenos culturales y la interacción entre las naciones (Strauss y Corbin, 2016). Es por ello que la perspectiva del análisis temático cualitativo proveniente de la

psicología social (Braun y Clarke, 2006) se toma como una herramienta metodológica adecuada, robusta y válida científicamente para la obtención del dato empírico que generado en esta tesis.

Aunado a esto, se desarrolló un análisis descriptivo estadístico de la cobertura de tres medios de comunicación en México más mencionados en la narrativa de Twitter. Los episodios que guiaron el estudio de caso son los siguientes:

1. Episodio 1. Llegada y cruce de la caravana migrante: 18 de octubre del 2018
2. Episodio 2: Donald Trump reacciona contra la caravana: 22 de octubre
3. Episodio 3: Gobierno Federal anuncia programa Estás en tu casa, 26 de octubre.
4. Episodio 4: Crea tensión social la llegada del éxodo migrante a Tijuana, 16 de noviembre del 2018.

Por último, se elaboró la observación virtual de notas web que refieren a las reacciones de usuarios en redes sociales, (en su mayoría Twitter) respecto al proceso de la caravana migrante.

El análisis temático para la exploración de la gestión de la amenaza a la identidad social

La manera en la que abordaremos nuestras unidades de análisis será a partir de un análisis temático (Braun y Clarke, 2006) ya que este representa una herramienta metodológica muy flexible que permite diversas etapas de recolección, sistematización y análisis. Por ejemplo, Boyatzis (1998) lo caracteriza, no como un método específico, sino como una herramienta para usar en diferentes métodos. Por su parte, Ryan y Bernard (2000) ubican la codificación temática como un proceso realizado dentro de las tradiciones analíticas "principales" (como la teoría fundamentada), más que como un enfoque específico por derecho propio. Éste puede establecer las categorías a priori o pueden también emerger a partir de los datos. Es por ello que a través del análisis temático y su libertad teórica “el análisis temático proporciona un uso flexible y una herramienta de investigación completa que potencialmente puede proporcionar una rica variedad de datos para comprender la complejidad” (Braun y Clarke, 2006 pp. 78). A grandes rasgos, el análisis temático se define como

un método para identificar, analizar e informar patrones (temas) dentro de los datos. Organiza y describe mínimamente su conjunto de datos con (rico) detalle. Sin embargo, con frecuencia va más allá e interpreta varios aspectos del tema de investigación (Boyatzis, 1998). La gama de diferentes análisis temáticos posibles se destacará además en relación (Braun y Clarke, 2006 pp. 78).

El análisis temático puede llegar a tener tensiones en su propia definición. Como señalan Braun y Clarke (2006), su carácter de flexibilidad puede llegar a no ser claro, por ello es necesario que, por ejemplo, la teoría desde la que se aborda sea operacionalizada de una manera clara, con el objetivo de que las categorías y subcategorías de análisis representen lo que en realidad se busca desde la epistemología del marco teórico y que otorgue fortaleza y claridad en el proceso de investigación, así como en la práctica para una mejor búsqueda de la replicabilidad. Es importante reconocer las propias posiciones teóricas y valores en relación con la investigación cualitativa (Braun y Clarke, 2006 pp. 80). Es también importante que, para la delimitación del campo de análisis, el análisis temático coincida con lo que el investigador quiere saber y reconocer estas decisiones de manera explícita y clara.

Tomando estas consideraciones en cuenta, interesa en esta tesis formar un corpus de datos provenientes de las unidades de análisis recolectadas a partir de los cuatro episodios seleccionados sobre la caravana migrante, puesto que busca dentro de los corpus de datos patrones que representen a partir de la epistemología construccionista social, es decir, “donde los patrones se identifican como algo socialmente producido, pero ningún análisis discursivo es realizado (Braun y Clarke, 2006 pp. 81).

Una vez aclarado esto, ¿qué es un tema? Las autoras sostienen que un tema captura algo importante sobre los datos en relación a la pregunta de investigación. Éste representa algún nivel de respuesta o significado con patrones dentro del conjunto de datos. En este caso, puesto que nuestro objeto de estudio será abordado desde la teoría de la identidad social, es pertinente plantear la pregunta ¿a partir de qué temas los usuarios de Twitter gestionan la amenaza a su identidad social en la narrativa sobre la caravana migrante?, aclarando que esta pregunta es para guiar la discusión y no forma parte de las preguntas de investigación. Otra pregunta importante sería entonces: ¿qué cuenta como patrón / tema, o qué "tamaño" debe tener un tema? Pero para responder a estas es necesaria la inmersión a los datos, con el fin de poder, a través de la lectura

activa, determinar qué es un tema en función de las categorías analíticas derivadas de la teoría, en este caso. La clave de un tema no estará determinada por la presencia de medidas cuantificables, sino que se establecerá si capta, contiene o representa algo importante en relación con la pregunta de investigación general.

La mirada para el establecimiento de las categorías será de corte deductivo. Es decir que partiremos de nuestros intereses que la teoría indica. “Esta forma de análisis temático tiende a proporcionar una descripción menos rica de los datos en general y más un análisis detallado de algún aspecto de los datos” (Clarke, 2006 pp. 86). Las autoras también señalan que el proceso para el establecimiento de las categorías puede ser por datos o por teoría. En este caso, adoptamos un enfoque impulsado por la teoría, aunque durante el análisis se permitió agregar categorías o temas que emergieran a lo largo de la codificación. Por ejemplo, Tuckett (2005) señala que el compromiso con la literatura puede mejorar su análisis sensibilizando a características más sutiles de los datos. Para una descripción más clara de los pasos que seguimos, tomaremos el modelo de Braun y Clarke (2006) que se presenta a continuación:

Tabla 1: Fases del análisis

Fase	Descripción del proceso
1. Familiarizarse con los datos:	Transcribiendo datos (si es necesario), leyendo y releyendo los datos, anotando ideas iniciales.
2. Generando códigos iniciales:	Codificar características interesantes de los datos de manera sistemática en todo el conjunto de datos, recopilando datos relevantes para cada código.
3. Buscando temas:	Recopilación de códigos en temas potenciales, recopilando todos los datos relevantes para cada tema potencial.
4. Revisión de temas:	Verificar si los temas funcionan en relación con los extractos codificados (Nivel 1) y el conjunto de datos completo (Nivel 2), generando un "mapa" temático del análisis.
5. Definición y denominación de temas:	Análisis continuo para refinar los detalles de cada tema y la historia general que cuenta el análisis, generando definiciones y nombres claros para cada tema.
6. Elaboración del informe:	La última oportunidad para el análisis. Selección de ejemplos de extractos vívidos y convincentes, análisis final de extractos

	seleccionados, relación del análisis con la pregunta de investigación y la literatura, produciendo un informe académico del análisis.
--	---

Fase de análisis temático (Braun y Clarke, 2006).

Se establecieron categorías de análisis y subcategorías a partir de la Teoría de la Identidad Social, teoría que tiene como base conceptos como la diferenciación, la autocategorización, las evaluaciones de los grupos externos, la crítica interna al grupo, entre otros (Tajfel, 1972; Turner, 1982; Abrams y Hogg, 1988; i Lombart, 2004; Mato, 2007; Abrams y Hogg, 2010; Hogg, 2016; Giménez, 2018).

Las personas se auto-referencian para buscar pertenecer a un grupo social, al tiempo que otorgan a otras personas una determinada categoría social para darle un lugar y organizar así su realidad. Existe en este proceso de auto referenciación y diferenciación un alto nivel de los contextos, costumbres, prácticas sociales y códigos que se establecen en dichos grupos sociales. Los seres humanos construyen categorías sociales para otorgar un lugar a “el otro” e incluirse a un determinado grupo social. A partir de estos supuestos teóricos buscamos operacionalizar nuestras categorías de análisis. La teoría de la identidad social, señala que se trata de un “conocimiento individual de la propia pertenencia a ciertos grupos sociales junto con cierta importancia emocional y valorativa atribuida a sí mismo por su membresía grupal” (Tajfel, 1972, p. 292), y es también concebida como una teoría de las relaciones entre grupos, del conflicto y de la cooperación entre grupos (Tajfel y Turner, 1979).

Sanderson, Frederick y Stocz (2016) en su artículo *When athlete activism clashes with group values: Social identity threat management via social media* estudiaron la gestión de la amenaza a la identidad en comentarios de redes sociales (Twitter y Facebook). Si bien el episodio que abordan está relacionado al racismo en el deporte, esta aproximación teórico-metodológica es útil para esta tesis, puesto que también se basa en el análisis temático de Braun y Clarke (2006) para explorar la gestión de la identidad social en narrativas de redes sociales digitales. La lectura activa que desarrollan implica que el investigador (o investigadores) busquen significados y patrones, en lugar de simplemente leer los datos de manera casual. También permite a los investigadores tomar notas sobre lo que es interesante en los datos y generar” (Sanderson, Frederick y Stocz, 2016, p. 308).

Los mismos autores señalan que es conveniente que el desarrollo, la aclaración y el perfeccionamiento de los temas se realice hasta que las nuevas observaciones no agreguen de manera sustancial a los temas existentes. Esto permitirá conocer de forma independiente la utilidad de las categorías desarrolladas (Suter, Bergen, Daas y Durham, 2006, en Sanderson, Frederick y Stocz, 2016). Es pertinente también resumir y comparar las categorías para determinar la similitud y así poder reducir las categorías tanto como sea posible sin dejar de preservar el significado (Sanderson, Frederick y Stocz, 2016).

Operacionalización del concepto de identidad social

Desde los postulados teóricos de la identidad social se entiende que esta teoría es una teoría de la diferenciación. Es decir, que estudia cuáles son los mecanismos mediante los cuales las personas construyen su adscripción a determinado grupo y dan un lugar a “el otro” en otra categoría social o grupo. Las personas generan categorías sociales para asociar sus nuevos conocimientos con un determinado orden de las cosas. Es decir, otorgan un lugar en una determinada lista de grupos sociales. Este proceso se gesta mediante la interacción social. Al compartir espacios, contextos y grupos, los grupos sociales son constantemente entes en construcción de la identidad social puesto que se van modificando y ajustando respecto al contexto, a las necesidades y a los códigos donde se desarrollan. Por medio de este proceso, las personas simplifican y comprenden su realidad social a partir de dichas categorías.

Al asumirse dentro de determinada categoría social, las personas también generan, adquieren e imitan ciertos rasgos del grupo al que pertenecen, al tiempo que emplean este mecanismo para otorgarle un lugar a los demás y diferenciar su identidad. Al auto referirse en un determinado grupo, las personas construyen constantemente su identidad, pero esta no es fija, puede cambiar dependiendo de las reglas sociales que su contexto le dicte. Es decir, el ser humano es capaz de modificar su identidad y alinearla a las reglas y códigos sociales del grupo al que pertenece.

En ese sentido, podríamos tomar como un supuesto de partida que las y los usuarios de Twitter en México que participan en la narrativa de Twitter respecto al proceso de la caravana migrante, refieren a “los otros” desde una posición de grupo particular. Ya sea hacia el rechazo o hacia el apoyo de los sujetos que conforman el grupo migratorio. Es decir, se asumen parte de un grupo y refieren a los otros como parte de otro grupo. Pero la discusión no se agota en términos de dos líneas de diferenciación social. Es posible que exista una lista amplia de grupos sociales que participaron de esta dinámica en la red, lo cual otorga pertinencia a este enfoque metodológico.

Una vez dicho esto, sería pertinente formular preguntas como ¿cuáles son los elementos observables para definir las categorías que componen la identidad social en la narrativa en Twitter? Si una categoría analítica representa atributos o características manifiestas en una unidad de análisis, en este caso, los tweets, ¿cuáles son los elementos que nos interesa encontrar en nuestro corpus de unidades? Una categoría (o un concepto) puede definirse como una abstracción de las características y atributos de los fenómenos, que contribuye a organizar la visión de la realidad. Estas pueden estar relacionadas con situaciones, problemas, contextos y opiniones, así como con sentimientos, acontecimientos. Para tratar de responder a esta pregunta, estableceremos algunas categorías analíticas.

Como habíamos señalado con anterioridad, “el análisis temático es un método para identificar, analizar e informar patrones (temas) dentro de los datos” (Braun y Clarke, 2006, p.71). El análisis de contenido temático se llevará a cabo desde una perspectiva deductiva, puesto que las categorías de análisis serán establecidas a priori a partir de elementos de diferenciación, autocategorización y separación del endogrupo. Es decir, de qué manera, a través de los tweets, las y los usuarios pretenden diferenciarse; referirse a “el otro”, autocategorizarse; autoadscribirse a un determinado grupo o categoría social, así como desmarcarse del acciones, justificaciones o motivaciones de individuos pertenecientes al endogrupo. Se considera esta perspectiva metodológica puesto que el análisis temático

puede ser un método esencialista o realista, que informa experiencias, significados y la realidad de los participantes, o puede ser un método construccionista que examina las formas en que los eventos, realidades, significados, experiencias, así como una gama de discursos que operan dentro de la sociedad (p.81). O la gama de discursos que operan dentro de la sociedad” (Braun, y Clarke,2006, p.81).

Tomaremos como tema las categorías que se establezcan a priori de la teoría de la identidad social, ya que “un tema captura algo importante sobre los datos en relación con la pregunta de investigación y representa algún nivel de respuesta o significado con patrones dentro del conjunto de datos (Braun, y Clarke,2006, p.82). Las categorías de análisis que refieran a la manera en las que opera la diferenciación, autocategorización y separación del endogrupo surgirán conforme se vaya avanzando en el acercamiento al campo y serán analizadas en el software AtlasTi.

Categorías para el análisis temático

1- *Nacionalidad*

La nacionalidad es uno de los elementos de diferenciación más presentes y frecuentes cuando se trata de la interacción entre grupos en un fenómeno que involucra a personas de diversas nacionalidades. El sentido de pertenencia a una nación es también uno de los elementos más antiguos que sirvieron para diferenciar a las personas. Imperios completos se constituyeron a partir de este elemento de construcción identitaria. A pesar de que, en cuestiones étnicas, las personas de países del Triángulo del Norte de Centroamérica y México compartan raíces étnico raciales, así como procesos de colonización, y hasta códigos culturales y culturas ancestrales, la noción de nacionalidad permite separar a quienes pertenecen a cada uno de estos países por medio del constructo de la nación. El auto-enaltecimiento, provocado en gran medida por la hegemonía de ciertas naciones sobre otras, puede también provocar un sentido de presunta superioridad de un determinado grupo sobre otro. Pertenecer a una determinada nación lleva un alto sentido de pertenencia grupal, tanto así que hasta llega a ser motivo de emoción y evaluación de las “otras” nacionalidades.

Subcategorías:

- Autoreferencia o pertenencia a una determinada nacionalidad.
- Referencia o nominación de otros respecto a otras nacionalidades
- Referencia o nominación de nacionalidades externas a las relacionadas con el proceso migratorio de la caravana, pero que se utilizan para comprar acciones y decisiones en temas migratorios.
- Situación legal

2- *Clase social*

La clase social en este caso es también un elemento importante para diferenciarse del grupo en cuestión. Sea cual sea el motivo del proceso migratorio, las personas que migran, en este caso, son en su mayoría desplazados de sus lugares de origen por diversas razones, como falta de oportunidades de empleo, desarrollo social, servicios básicos de carácter humanitario, empleo, inseguridad, entre otros. Su situación social y económica es de desfavorecimiento, de vulnerabilidad y de poca movilidad. Por lo tanto, el autoconcepto de muchas personas que las ven llegar a su país asocia su clase social con la amenaza a perder su estatus social actual, más en un contexto de incertidumbre política, social y económica en la que México se encontraba en finales del 2018 debido a la transición política de un gobierno de centro derecha a uno que se adscribía en la izquierda. Por ejemplo, una persona de clase social media o media baja, ve en los integrantes de la caravana una amenaza a su estatus de clase social que puede llegar para ocupar su lugar en las oportunidades de desarrollo económico y social que se le puedan presentar. Por ello, el hacer diferencia desde su clase social intentan desacreditar las acciones, motivaciones y justificaciones de las personas migrantes aprovechando las condiciones adversas en las que se encontraban en dicho momento.

Subcategorías

- Autoreferenciación de una determinada clase social.
- Referencia o nominación respecto a la clase social de “los otros”.
- Referencia a individuos del endogrupo pertenecientes a determinada clase social.
- El incremento de clases sociales trabajadoras, dependientes de ciertos empleos o actividades económicas.

3- Antirracismo

Actualmente, podemos hablar de un giro antirracista en la región para designar con mayor atención al racismo en la esfera pública y entre los movimientos sociales (Vigoya, 2020). El antirracismo “identifica fundamentalmente las estructuras, políticas y creencias que crean el racismo en la sociedad” (Keel-Terence, en Shih, A, 2020, 10 junio). En palabras de Gisela Carlos Fregoso (2020) el antirracismo se entiende como los posicionamientos en contra acciones que se pueden llevar a cabo desde múltiples trincheras para combatir la opresión, ya sea la opresión por etnia, raza, género, color de piel, nacionalidad, etcétera. El antirracismo está conectado a otros posicionamientos para combatir las desigualdades y la opresión, ya que “es una postura crítica para luchar contra una opresión concreta, pero es necesario recordar que todas las opresiones están entrelazadas (Carlos Fregoso, 2020). La negación del racismo en América Latina ha sido también una de las principales problemáticas para disminuir el racismo, ya que el racismo es un problema estructural de carácter social e institucional que homogeneizó la idea del mestizaje desde la época post colonial. “Estas poderosas narrativas construidas a nivel nacional, que describen sociedades fundamentalmente mestizo,

obstaculizó el reconocimiento del racismo y sometió a quienes destacan su presencia a una deslegitimación moral” (Vigoya, 2020). El antirracismo puede trabajar desde otros lugares y no necesariamente desde el posicionamiento en contra del racismo por raza, color de piel, etnia o nacionalidad (Vigoya, 2020; Carlos-Fregoso, 2020) sino que también encuentra otros espacios de acción que no colocan al racismo en el centro de la discusión, sino que trabajan desde otros espacios para combatir la opresión sistémica e histórica que se ha dado en América Latina. Con ello, surgen las lo que en el proyecto LAPORA llaman las “gramáticas alternativas” (Vigoya, 2020), mediante las cuales se disputa el reconocimiento

para dar cuenta de las acciones y discursos en los que la desigualdad racial y el racismo no son explícitos ni centrales, pero que tienen “la intención de vincular el trabajo y el tema del racismo con la realización de objetivos más amplios: acceso a derechos territoriales o resistencia a la desterritorialidad, mayor seguridad, mayor acceso a la justicia, defensa del derecho a la vida, autonomía” (Vigoya, 2020).

Subcategoría

- Irrupción y cuestionamiento del discurso racista
- Acceso a los derechos territoriales
- Resistencia a la desterritorialidad
- Derecho a una mayor seguridad
- Derecho de acceso a la justicia
- Defensa del derecho a la vida

4- Rechazo por grupo étnico y racismo

Por ser México un país tan diverso en sus grupos étnicos, al igual que países de América Central, el indicador de diferenciación por etnia cobra relevancia para este estudio. Los conflictos étnicos están presentes siempre entre personas con culturas diferentes que suelen entrar en contacto (Bautista, 2007, p.215). Quien también señala que señala que “el mecanismo de diferenciación de un grupo o categoría social respecto a otra también puede verse expresada en mensajes de carga xenófoba. A pesar de que México y países de América Central compartan cultura y antepasados, los grupos étnicos a los que se auto adscriben las personas a lo largo de esta región geográfica es muy variada. “Los grupos humanos, llamados razas, se pueden jerarquizar en función de la calidad de su patrimonio genético. Esas diferencias autorizan a las razas consideradas superiores a dominar, explotar y, eventualmente” dominar a las otras (Bautista, 2007, p.218). Este mecanismo de diferenciación podría también explorarse desde la noción de la teoría biologicista que desarrolla la teoría de la identidad social. En este sentido, las autocategorizaciones de las personas de nacionalidad mexicana pueden llegar a ser muy diversa si la medimos por región del país, por entidades federativas y hasta por regiones de estos estados. Podría decirse que la manera en la que se autodefinen la diferencia del norte del país guardad una

amplia diferencia respecto a la manera en la que lo hacen las personas del sur, o del centro y occidente. En esta tesitura, la manera entonces en la que se refieren las personas que se autodefinen en determinado grupo étnico también podría variar. Es por ello que resulta una categoría importante de considerar en esta investigación.

Subcategorías

- Referencia o nominación a determinado grupo indígena.
- Racismo, en términos de diferencias a nivel cultural, color de piel, o grupos étnicos.
- Etnocentrismo (Rocha, 1984) ⁵

5- *Región*

Esta categoría es pertinente en función de las diversas maneras en las que la sociedad de acogida se autodefine y utiliza su auto-adscripción a un determinado grupo para diferenciarse incluso de personas de su mismo grupo social en términos de nacionalidad. México es un país que muy diverso en su sociedad. Guarda una amplia variedad de tradiciones, culturas, códigos sociales y símbolos que componen una nación que, si se observan uno a uno con detalle, es posible hacer un zoom a las diferencias. En este sentido, se entiende que los diversos contextos de cada entidad federativa ubicadas en el territorio podrían tender a reaccionar de diversas maneras ante el proceso migratorio dependiendo su contexto social, económico e histórico.

Subcategorías

- Entidad federativa
- Región geográfica determinada
- Región respecto al Continente Americano

6- Presentación de los hechos

Esta categoría surgió a lo largo del análisis, y representa a las unidades de análisis que expresan un tono casi informativo de los hechos que acontecen y que aparecen dentro de la recolección de tweets con el hashtag seleccionado. Esta categoría no guarda en sí misma un tema que pueda aplicarse a las categorías establecidas para explorar la gestión de la

⁵ Según Rocha (1984), el etnocentrismo se construye con preguntas y contestaciones equivocadas. ¿Cómo es posible que sean tan diferentes? (perplejidad). ¿Cómo pueden pensar, sentir y obrar de manera tan distinta? (espanto asustador). ¿Estarán ellos en lo cierto? ¿Será nuestra manera de vivir errada? (duda alarmante) “¡No! ¡La vida de ellos no está correcta, son salvajes, bárbaros y primitivos!” (decisión hostil), citado en Andrade, M. (2008).

amenaza a la identidad, sino se generó para aglutinar aquellos tweets que retoman notas de los medios de comunicación y utilicen el tono monocorde e informativo y agreguen texto que abonara en la editorialización de la unidad de análisis que pudiere ser tomada como un indicador de alguna de las subcategorías de análisis.

7- Dimensión religiosa

Esta categoría representa a las unidades de análisis que tematizan o refieren alguna dimensión religiosa en su cuerpo. La dimensión religiosa puede interpretarse como los rasgos o atributos de las personas de determinado grupo religioso, así como las huellas religiosas que emergen en el discurso y que son también utilizadas para tratar de justificar la ayuda, o el llamado a la acción en favor del grupo migratorio.

Esta serie de categorías analíticas nos permitirán organizar las diversas maneras en las que nuestras unidades de análisis operan en cuestión del otorgamiento de un grupo social y la autoreferenciación. Para otorgar valor a estas categorías en las unidades de análisis buscaremos palabras claves que se relacionen con algún de estas categorías. Si el tweet encuentra cabida en más de una, será colocado en la categoría que guarde más peso y relación en toda la unidad de análisis.

Cobertura de los medios seleccionados: Una fotografía general de la caravana migrante

Como se ha mencionado anteriormente, los episodios que conformaron el estudio de caso fueron seleccionados a partir de una búsqueda de los eventos más relevantes en la agenda de la red social Twitter, así como en la agenda de los medios de comunicación. Esto con la finalidad de comprobar que los episodios tuvieran presencia en ambas agendas *-intermedia agenda-setting-* (Ragas y Kiousis, 2010) que circulan contenido y transfieren temas de una agenda a otra en el espacio público digital.

Posteriormente, se llevó a cabo una observación virtual de los medios de comunicación con mayor presencia en la conversación en los días determinados de cada episodio. La observación virtual llevó a constatar que los medios más referidos o los que presentaron mayor circulación de sus contenidos dentro del hashtag #CaravanaMigrante, fueron Televisa, El Universal y TV

Azteca. Se tuvo que cambiar TV Azteca debido a que no fue posible acceder a sus contenidos desde el sitio oficial, a pesar de contactar al medio vía correo electrónico solicitando los contenidos. En su lugar, fue seleccionado el medio digital Imagen TV.

Esto llevó a observar que, tanto en los medios de comunicación como en la red social, los cuatro episodios con mayor relevancia fueron los que se mencionan a continuación:

5. Episodio 1. Llegada y cruce de la caravana migrante: 18 de octubre del 2018
6. Episodio 2: Donald Trump reacciona contra la caravana: 22 de octubre
7. Episodio 3: Gobierno Federal anuncia programa Estás en tu casa, 26 de octubre.
8. Episodio 4: Crea tensión social la llegada del éxodo migrante a Tijuana, 16 de noviembre del 2018.

Luego de esta búsqueda e identificación de episodios, se realizó una búsqueda avanzada en la plataforma de Twitter guiada por los días en los que ocurrieron los hechos. Luego de la inmersión a la conversación en Twitter, fueron seleccionados tres medios de comunicación que se mistraran más referenciados por las y los usuarios en la conversación. Por ejemplo, retweets a los posteos de los medios, comentarios o respuestas a éstos. De esta manera, se seleccionaron los siguientes medios de comunicación: El Universal, Televisa e Imagen TV. Entre los más referenciados se encontraba TV Azteca, pero no fue posible acceder a sus contenidos desde su página web. También, se trató de acceder vía correo electrónico, pero no se obtuvo respuesta del medio. Es importante que la extracción de la muestra sea desde un sitio oficial, con la finalidad de observar toda la transmisión del noticiario, en el caso de la TV o la radio.

Se extrajeron 96 notas informativas de los cuatro episodios en los tres diferentes medios de comunicación. Así mismo, se establecieron 32 variables a partir de la teoría de la identidad social y 6 categorías analíticas. Si bien esta muestra no es representativa, sí ayuda a establecer una relación entre la conversación en Twitter sobre los episodios, y los medios, ya que son estos productos mediáticos los que ayudan a armar la conversación en redes, puesto que sus contenidos son citados, referenciados y recirculados para alimentar la conversación en la red que ayuda a conformar los elementos biográficos con los cuales las audiencias constituyeron el imaginario colectivo respecto al proceso migratorio.

VARIABLES Y CATEGORÍAS ANALÍTICAS PARA EL ANÁLISIS DESCRIPTIVO ESTADÍSTICO

Para conocer cuáles fueron las características de la cobertura de algunos de los medios más presentes o referenciados en la narrativa de Twitter, se desarrolló un análisis descriptivo estadístico en el programa SPSS. Las próximas 32 variables que se encuentran agrupadas por 6 categorías analíticas, fueron establecidas desde los postulados de la teoría de la identidad social con el fin de medir desde esta lente teórica cómo es que los medios de comunicación establecieron la cobertura noticiosa en términos de diferenciación, evaluación de las acciones, autocategorización, adjetivación y otros elementos que dan un determinado tono al imaginario colectivo que se generó respecto a la caravana migrante.

- *Número de fuentes:* ¿Cuántas fuentes se utilizan para construir la nota? Para un trabajo periodístico de calidad, se requiere la utilización de por lo menos tres fuentes que expongan diferentes puntos de vista sobre el hecho de cobertura.
- *Tipo de fuentes:* ¿Qué tipo de fuentes utilizan las y los reporteros para la construcción de la noticia? Se prestará atención al tipo de fuentes que los periodistas utilizan para la construcción de sus notas: 1- Fuente Estado o Partido Político, 2- Fuente Policía o Seguridad, 3 - Fuente de la sociedad civil (colectivos pro migrantes, ONG's Derechos Humanos, 5- Fuente Ciudadana, 6- Fuente Migrantes, 7- Fuente académica, 8- Fuente medios. A través de esta variable, buscamos observar a quienes se les da voz en la construcción del mensaje periodístico.
- *Diversidad de puntos de vista:* ¿Las noticias presentan una diversidad de puntos de vista de las fuentes sobre un tema en particular? 0 = Ausencia de puntos de vista de las fuentes (la historia no incluye fuentes) 1 = Cobertura unilateral (la historia incluye solo el punto de vista de una fuente, o incluye solo puntos de vista congruentes/consistentes entre ellos, i.e. una nota donde todas críticas a AMLO o la 4T).
2 = Múltiples fuentes y puntos de vista (las fuentes en la historia presentan diferentes puntos de vista, incluso si son del mismo tipo: ej. Varios partidos).
- *Adjetivos calificativos:* ¿El periodista/autor utiliza adjetivos calificativos? (Los adjetivos utilizados por las fuentes no cuentan aquí). Un adjetivo calificativo es una palabra, o en algunos casos un gesto o una imagen, que atribuye a un sustantivo el valor de un atributo de ese sustantivo (por ejemplo, una mujer inteligente o un hombre

loco). Los adjetivos son principalmente una característica textual, pero las imágenes, como gestos o emoticones, pueden ser relevantes aquí. (No = 0, Sí = 1).

- *Impacto en la vida cotidiana por fenómeno migratorio:* ¿La noticia refiere los posibles impactos que el fenómeno migratorio puede representar en la vida cotidiana de la sociedad de acogida? 1- Impacto económico, 2- Seguridad pública, 3- Empleo, 4- Imagen (reputación) de la migración hacia Estados Unidos. Poner en perspectiva impactos en materia de economía, seguridad, empleo y afectaciones en la imagen de la migración de personas mexicanas hacia los Estados Unidos puede crear una narrativa de amenaza a la imagen del endogrupo hacia las políticas migratorias de los Estados Unidos.
- *Acciones de solidaridad:* ¿La noticia refiere actos de solidaridad de la sociedad de acogida para con los sujetos de cobertura? Las piezas periodísticas también pueden ser productos que difundan mensajes de apoyo a las personas que componen el grupo migratorio, dando difusión de los requerimientos en cuestión de ayuda que se les puede otorgar, así como de información de puntos de ayuda (0 = No, 1 = Sí).
- *Cobertura enfocada a menores de edad:* ¿La noticia se enfoca a las y los menores de edad que integran el grupo migratorio? La construcción de una narrativa sobre la situación social, de salud y de riesgo por la que atraviesan lxs menores de edad puede enmarcar la situación de la movilidad en un ángulo de la estigmatización, el desorden y la poca preocupación del grupo migrante hacia con lxs menores de edad (0 = No, 1 = Sí).
- *Contexto del impacto real que representa el fenómeno inmigratorio:* ¿La noticia incluye información de contexto sobre cuáles serán las verdaderas consecuencias demográficas y económicas que el proceso migratorio tendría en la sociedad de acogida? Esta variable podría ayudarnos a comprender si los medios de comunicación proporcionan la información necesaria para comprender el verdadero impacto que en determinados sectores podría llegar a tener el proceso migratorio. 0 = No, 1 = Sí.
- *Contexto de las razones por las que el proceso migratorio ocurre:* ¿La noticia incluye información de contexto sobre las diferentes razones por las que las personas deciden realizar la migración? Información sobre las diversas razones que orillan a las personas a dejar su lugar de origen puede abonar a un entendimiento más completo del porqué ocurren este tipo de procesos sociales.
- *Estereotipos:* ¿La noticia incluye estereotipos para representar a los sujetos de cobertura? Según la OIM, un estereotipo se refiere a una imagen o idea común pero demasiado simple sobre una persona o categoría social, como la raza, el origen étnico, el género o la religión, entre otros. A menudo son utilizados por un grupo para posicionarse como más superiores que otro. Generalmente, los estereotipos en las coberturas de procesos migratorios representan a personas en situaciones de pobreza, de marginación, problemáticas, como amenazas a la seguridad social y al empleo. También, existen estereotipos que los pueden representar como personas que consumen drogas, rechazan la ayuda de la sociedad de acogida, tiran basura y realizan

actos delictivos (violentxs = 0, criminales = 1, desorganizadxs = 2, poco trabajadores = 3, drogadictxs = 4, desagradecidxs = 5).

- *Aspectos étnicos*: ¿La noticia enfatiza aspectos étnicos de los sujetos de cobertura? Esta variable puede confundirse con la de diferenciación, pero pone acento en la mención de la nacionalidad/etnicidad de las personas retratadas en la noticia por parte de las y los periodistas que realizan la cobertura o presentan la información. Aquí no entran las menciones étnicas o de pertenencia nacional hechas por las fuentes. (No = 0, Sí = 1).
- *Situación legal*: ¿La noticia hace referencia a la situación legal de los sujetos que retrata? La referencia a la situación legal de las personas pertenecientes a un grupo migratorio puede poner en contexto gran parte de su representación mediática al momento de ser retratada en una noticia. (No = 0, Sí = 1).
- *Situación económico-social*: ¿La noticia hace referencia a la situación económica o social en la que se encuentran los sujetos que retrata? Hacer mención de la situación social de los individuos retratados en la nota puede encaminar la narrativa hacia un lugar determinado de lo que se busca comunicar. (No = 0, Sí = 1).
- *Manifestaciones y protestas*: ¿La noticia aborda alguna manifestación de miembros de la sociedad en torno al fenómeno de la caravana migrante? Se toman en cuenta situaciones, hechos y acciones que representan conflictos sociales entre dos o más actores en la sociedad, por diferentes razones. Son considerados asuntos relacionados con manifestaciones, marchas, protestas, huelgas, ocupaciones y otras formas de manifestar disputas sociales, independientemente del asunto en cuestión. (No = 0, Sí = 1).
- *Enfoques contextuales*: ¿La noticia da contexto más allá de los hechos de cobertura que contribuyan a entender de manera más completa el fenómeno migratorio? Esta variable analítica permitirá ver si los medios ofrecieron información en sus notas que complementa la comprensión del fenómeno abordado más allá de la cobertura de los hechos contingentes. Es decir, cuáles son las posibles causas y consecuencias del proceso migratorio, desde cuándo ha venido ocurriendo, por qué se amplificó, quiénes deben atender el fenómeno, qué lineamientos en materia de derechos se debería seguir, entre otros. (No = 0, Sí = 1).
- *Construcción de la imagen*: ¿La noticia, por medio de la selección de determinados elementos, construye una imagen positiva, negativa o neutra respecto a los sujetos de cobertura? (0= Neutra, 1=Negativa, 2= Positiva).
- *Problemas sociales*: ¿La noticia incluye información sobre alguna problemática social que se derive a partir de la caravana migrante? Se pueden incluir asuntos de clase y desigualdad, derechos humanos, pobreza, desarrollo, migración, refugiados, tensiones raciales y étnicas, cuestiones de género y orientación sexual, entre otros. (No = 0, Sí = 1).
- *Patriotismo*: ¿La noticia incluye declaraciones hechas por el periodista que valoran positivamente ser de una nación específica? Puesto que nuestro objeto involucra a

diversos actores sociales de nacionalidades diferentes, esta variable interesa para observar si los contenidos promueven mensajes de patriotismo en las piezas informativas. (No = 0, Sí = 1).

- *Diferenciación*: (ellos, nosotros): ¿Las notas presentan una diferenciación en relación con los sujetos de cobertura? Puesto en los procesos migratorios se ven involucrados entes de diferentes grupos sociales, la diferenciación es una acción que puede verse presente con frecuencia, al tiempo que también puede transferirse a la conversación de las audiencias que participan en la deliberación del debate. Este es uno de los conceptos más importantes para nuestro objeto de estudio en el sentido de que nos permitirá observar cómo se presentan dichas diferenciaciones. Es decir, cómo es que se posicionan quienes construyen las noticias (No = 0, Sí = 1).
- *Xenofobia*: A través de todo el ítem noticioso ¿se promueven la amenaza que los sujetos de cobertura podrían representar para la sociedad de acogida? La xenofobia puede estar incluida en alguna declaración de una fuente, la selección de imágenes que retraten continuamente el conflicto, el desorden, el enojo y la posibilidad latente de la crisis del sistema social, político y económico (No = 0, Sí = 1).
- *Estigmatización*: ¿La noticia retrata a los sujetos de cobertura desde el estigma por sus condiciones sociales, económicas o legales? La cobertura mediática de migraciones comúnmente retrata el proceso social desde el conflicto y la estigmatización. Pocas veces se ofrece una narrativa de éxito de la migración, el aporte social del migrante, los beneficios del multiculturalismo que esta ha traído históricamente sobre todo a las sociedades más desarrolladas (No = 0, Sí = 1).
- *Repetición de imágenes*: ¿Las notas presentan una repetición de determinadas imágenes que refuercen un mensaje en específico en toda la narrativa del ítem noticioso? Una cuestión de repetición de imágenes, escenas y planos influye también en la manera en que los medios retratan una situación. Sobre todo, en un proceso de migración, en el que poner determinadas etiquetas es algo común y que en un texto comunicativo cobra una alta relevancia. (No = 0, Sí = 1).
- *Tensiones geopolíticas*: ¿La noticia hace referencia hacia las tensiones en materia de geopolítica que el proceso migratorio ocasiona o los efectos que éste podría tener? La cobertura enfatizada a las tensiones geopolíticas derivadas del proceso migratorio pone la mesa del debate las líneas de acción de los gobiernos involucrados. En este caso, por tratarse de la relación entre México y Estados Unidos, la cobertura noticiosa puede tener implicaciones importantes en la construcción de la realidad de las audiencias respecto a las amenazas que el proceso migratorio podría traer hacia su grupo de pertenencia social (No = 0, Sí = 1).
- *Discursos de odio*: ¿La noticia da voz a actores sociales que promueven el discurso de odio anti inmigratorio? (Aquí entra sólo el de las fuentes, puesto que se espera que los medios no difundan este tipo de discursos) La reproducción de los discursos de odio puede derivar en la propagación de una narrativa cargada de xenofobia, rechazo,

clasismo y hasta asco que promueve una carga negativa que puede hasta derivar en la amenaza a la seguridad de los sujetos de cobertura. (No = 0, Sí = 1).

Una vez tengamos una imagen más clara de las variables anteriormente desarrolladas, podremos crear las categorías analíticas para describir cuáles son las características de la cobertura noticiosa respecto a la caravana migrante.

Categorías analíticas

- 1- *Amenaza a la identidad:* A través de la narrativa mediática en su conjunto, esta categoría analítica es de carácter un poco más intangible, pero puede darse gracias a un conjunto de variables que tengan efecto en la activación de actitudes de defensa de las audiencias al sentir que el proceso migratorio representa una amenaza para su identidad como individuo perteneciente a un grupo o categoría social. La migración de personas de Centroamérica hacia los Estados Unidos retratada desde el desorden puede poner en riesgo la estabilidad de los procesos administrativos y de política bilateral entre México y Estados Unidos debido al contexto ríspido en materia migratoria en tiempos de Donald Trump. La representación mediática de la caravana como agente que incluye en ella personas que consumen drogas, que son presuntos delincuentes y que, además, no son personas trabajadoras, afecta la imagen de los grupos migratorios mexicanos que buscan desarrollarse laboral y socialmente en el país vecino. La identidad de las y los migrantes provenientes de México se ha construido como una que representa el trabajo arduo, el esfuerzo y el sacrificio laboral a cambio de ingresos económicos.
- 2- *Tipo de narrativa:* La narrativa que construyen los medios de comunicación puede encaminar la construcción de los hechos de diferentes maneras. La clase de fuentes que se seleccionan para el armado de la pieza informativa puede impulsar discursos alineados a ideologías de la ultra derecha, por ejemplo, la impulsada por el ex presidente Donald Trump en materia de política inmigratoria, o el discurso europeo que ha retratado a la inmigración proveniente, principalmente, del norte de África o del Medio Oriente. En este sentido, tal y como señala Van Dijk (2003, 2004, 2011), el discurso de los medios está comúnmente alineado al discurso de las élites. Si las élites y los medios replican este tipo de prácticas discursivas en torno a la inmigración en México, la narrativa entonces puede estar alineada a un discurso de la derecha elitista a través de la repetición de imágenes que aluden al conflicto y el desorden, a la representación de la migración ligada a la delincuencia y que otorga en su mayoría voz a los actores sociales de las élites. Así mismo, la autorepresentación

de quienes componen este discurso periodístico está encaminada a alinearse con determinado grupo social al que pertenece, ya sea por cercanía ideológica con el medio. La información de los medios puede servir para crear categorías para la construcción de sentido de conocimiento para ordenar, simplificar y comprender la realidad social de las audiencias.

- 3- *Justificación para el rechazo del grupo migratorio:* Los componentes para la creación de una justificación para el rechazo, promovida desde los medios de comunicación, puede tener varias aristas o puntos que conformen dicha justificación. Una de las principales dimensiones que la justificación hacia el rechazo es la amenaza a la oferta de empleo, la estabilidad económica, el orden público y la situación de inseguridad que los sujetos de cobertura pueden representar para la sociedad. La adjetivación negativa, la constante repetición de la situación de ilegalidad de las personas refugiadas, el énfasis en el desorden con el que los sujetos de cobertura cruzan las fronteras o realizan su trayectoria, puede tener implicaciones directas en la representación de la imagen del grupo, lo cual puede derivar en diversas reacciones por parte de las audiencias para la justificación del rechazo hacia el grupo que realizar la migración. Otro aspecto importante que puede encaminar una reacción de rechazo es el retratar a las y los migrantes como seres agresivos, delincuentes y consumidores de drogas que pueden resultar en la activación de diversos dispositivos de autodefensa del grupo social de acogida.
- 4- *Justificaciones para el apoyo al grupo migratorio:* Una cobertura mediática que ponga el foco en las razones, los contextos y las motivaciones por las que los sujetos de cobertura deciden o se ven obligados a realizar la migración puede contribuir a la creación de una narrativa encaminada a la justificación para el apoyo a los intereses de los sujetos de cobertura. Ofrecer ángulos narrativos que expongan los lineamientos en materia de derechos humanos que los países involucrados deberían de seguir, puede también contribuir a la justificación de apoyo al proceso migratorio y de acogida. En este sentido, también el ofrecer historias que retraten los veneficios que diferentes sociedades han obtenido a partir de la inmigración puede fungir también como un elemento para la conformación de una justificación alineada a la aceptación de la inmigración, así como las historias de éxito de personas migrantes que han llegado, se han desarrollado apropiadamente en las sociedades de acogida y hasta han resaltado en ésta.
- 5- *Razones o motivaciones para realizar la migración:* Retratar el proceso migratorio desde una perspectiva que muestre el por qué los sujetos de cobertura deciden o se ven obligados a llevar a cabo el proceso migratorio puede ofrecer una serie ángulos que apelen a una comprensión más completa del por qué ocurre lo que está ocurriendo. Comprende también la construcción de un discurso periodístico más apegado a la colaboración entre sociedades y ayuda entre naciones, lo cual puede

generar una representación mediática del proceso migratorio que apele más a la condescendencia, a la cooperación y a la ayuda social. No se puede pensar una influencia de la construcción de la identidad social por parte los medios de comunicación tomar en cuenta el contexto social, el marco histórico y las estructuras sociales en donde el individuo se desenvuelve

- 6- *Evaluación de los individuos de cobertura y autorepresentación:* A través de la narrativa completa de los medios pueden inferirse diversos puntos que atienden a la evaluación de los individuos de cobertura. Al encontrarse en conflicto dos grupos sociales, los individuos pertenecientes a determinados grupos en específico, en este caso, quienes realizan la cobertura del proceso, pueden transformar las piezas informativas en productos que propicien la deliberación de una evaluación por parte de las audiencias, ya que la identidad social define y evalúa el autoconcepto de uno mismo (Hogg, 2016). La evaluación y la comparación entre el grupo social de pertenencia y el grupo externo es una agente de auto-enaltecimiento de la identidad que ostenta el individuo que evalúa. Una cobertura mediática en la que constantemente se mencionan aspectos como a situación legal de los sujetos de cobertura, su comportamiento, sus acciones y se evidencien escenas que transmitan rabia y conflicto, pueden ser componentes altamente efectivos para la evaluación de la identidad de quienes comprenden dicho grupo.

Estas variables, categorías analíticas y conceptuales nos permitirán conocer las características de la cobertura noticiosa que los medios seleccionados realizaron para medir y obtener información útil para el análisis descriptivo. Buscamos también señalar propiedades y/o características de estas piezas para poder describirlas los elementos concretos que nos interesan y poder también delimitar lo que pretendemos medir.

Materiales y herramientas para la recolección de unidades de análisis en Twitter

Para un estudio de Twitter como herramienta de comunicación política, Mendizábal, Pont Sorribes, y Codina (2017) proponen una metodología que llamaron *Top Discussion Indicator (TDI)*, la cual está enfocada en el abordaje de fenómenos de comunicación política en Twitter

mediante una selección de fechas específicas y el acotamiento de palabras clave o hashtags para lograr una recolección más precisa del corpus.

Esta se basa en la propuesta de Wolton (1989) en la que se pone especial atención en 3 actores específicos dentro de un sistema social. A partir de la propuesta de (Wolton, 1989), Mendizábal, Pont Sorribes, y Codina (2017) los definen y clasifican en el contexto actual de la siguiente manera:

- 1- Actores públicos: instituciones públicas, funcionarios públicos y políticos profesionales.
- 2- Actores mediáticos: medios de comunicación, periodistas y comunicadores.
- 3- Actores ciudadanos: pueden subdividirse en dos tipos: - grupos de interés específico, grupos de presión o ciudadanos organizados en colectivos y asociaciones con objetivos y causas concretas; expresión colectiva de los ciudadanos a través de los instrumentos de medición de la opinión pública, que en la era de la hipermediación se expresan además en las plataformas de comunicación social digital, especialmente las redes sociales.

El caso de los actores sociales que interesan para esta investigación son los correspondientes a la categoría 3- Actores ciudadanos, puesto que buscamos explorar la construcción identitaria en red de personas que participan en el debate sobre el proceso de la caravana migrante.

Para referir a los elementos que componen un proceso de comunicación digital, Mendizábal, Pont Sorribes, y Codina (2017) definen estos elementos de la siguiente manera:

- Por la propia naturaleza de la definición de un proceso de comunicación política, la participación de por lo menos algún actor de cada uno de los 3 grupos de actores que intervienen en la comunicación política.
- Por la naturaleza de los eventos en los que tienen lugar los fenómenos de la comunicación política, tienen siempre un punto de inicio formal o informal pero que bien puede ser determinado en función de la naturaleza del evento como el período legal de duración de una campaña electoral, el período formal de atención institucional de un fenómeno de carácter político o la gestión oficial de una crisis.
- Dada la naturaleza discursiva de los eventos, existe siempre una curva natural que tiene un inicio, un desarrollo, un clímax y una conclusión.

Para realizar la descarga de las unidades de análisis en Twitter se contó con el apoyo del personal del Instituto de Investigación Aplicada y Tecnología (InIAT) de la Universidad Iberoamericana. Fue a través del software Python.

Tras el proceso de recolección de unidades de análisis que conformaron nuestro corpus, este fue codificado en cuatro proyectos independientes en el software de análisis cualitativo AtlasTi8. Si bien se establecieron las categorías a priori a partir de los postulados de la teoría, durante el análisis se fueron agregando las categorías emergentes que no se encontraban establecidas.

Métricas para la recolección de unidades de análisis en Twitter

En esta lógica será entonces en la que esta propuesta metodológica se basará. Es decir, la extracción del universo de unidades de análisis se realizará a partir de la identificación de *inputs* en Twitter que refieran a los episodios seleccionados a través de tweets y retweets que contengan etiquetas y menciones, ya sean palabras claves o hashtags. Estas serán nuestras métricas guía.

Estas métricas nos ofrecerán las variables necesarias para conceptualizar las categorías y así poder establecer el sistema de análisis. De la propuesta metodológica de Percastre-Mendizábal, Pont Sorribes, y Codina (2017) tomaremos esta línea de selección de elementos cuantificables:

- geolocalización de los perfiles, palabras clave o discusiones;
- principales temas del momento (*trending topics*);
- comentarios positivos, negativos o neutros;
- tweets como respuestas a discusiones fuera de línea (*offline*)
como en el caso de las discusiones en *Twitter* sobre los debates televisivos

Inputs: ¿Qué buscamos y qué no buscamos en la conversación?

El diseño muestral para la generación del corpus de análisis fue elaborado a partir de la propuesta metodológica *Top discussion indicator* (Mendizábal, Pont Sorribes, y Codina 2017). Esta nos permite recoger las reacciones de los usuarios en Twitter respecto al proceso migratorio, y es definida por los autores como

el conjunto de entradas en la plataforma, que los usuarios realizan a través de su cuenta de *Twitter*, es decir: mensajes o información que los usuarios introducen redactando los tweets, copiando y pegando información en forma de texto o de contenido audiovisual o interactivo, que constituye el contenido del mensaje. Generalmente se realizan en forma manual, aunque también es posible realizarlos en forma automatizada a través de un programa informático o de una aplicación robot. (Mendizábal, Pont Sorribes, y Codina 2017, p.582).

Se recolectaron tweets que se emiten de forma original por parte del usuario de la cuenta, así como retweets que incluyeran el hashtag #CaravanaMigrante con la finalidad de explorar mediante el análisis la tematización que hicieron al colocar una cita en el retweet.

Esto nos permitirá marcar una cronología de los días que pretendemos recolectar el corpus que resulte “no sólo más significativo y reduzca en varios órdenes de magnitud el volumen de los datos, sino que plausiblemente evite “ruido” e impida considerar momentos poco significativos para la recogida de datos”, (Mendizábal, Pont Sorribes, y Codina, 2017, p.584). Los criterios que guiaron la descarga fueron las mismas fechas de los acontecimientos, así como el hashtag #CaravanaMigrante

Una vez se haya accedió al corpus de tweets por fecha y palabras clave, se realizó un conteo de las unidades de análisis, así como una selección de los mensajes aleatoriamente. Así mismo, se buscaron de manera artesanal los tweets de las notas de los tres medios utilizados para el análisis descriptivo y se agregaron entre cinco y diez tweets (dependiendo el número de respuestas). Se eliminaron tweets que pertenecieran a medios de comunicación diferentes a los utilizados en el análisis descriptivo, con la finalidad de dar entrada a tweets de usuarios “comunes”.

Recolección de notas sobre las reacciones de usuarios en Twitter

Para poder medir el nivel de agencia que los medios de comunicación tuvieron en la proliferación de mensajes negativos en Twitter, se realizó una revisión y recolección de notas en medios web que crearon notas a partir de las reacciones de usuarios en redes sociales.

Esto con el fin de observar cuáles fueron los mensajes a los que más prestaron atención y poder conocer cuál fue el nivel de influencia de dichas notas tuvieron en la centralidad de los tweets que retomaron.

Se realizó una búsqueda avanzada en el portad de Google Noticias, seleccionando las fechas correspondientes a los episodios seleccionados (20 de octubre a 16 de noviembre del 2018).

Con esto se busca complementar la triangulación de datos para fortalecer la propuesta metodológica compuesta del análisis descriptivo, el análisis temático de tweets y por último, la revisión de notas sobre reacciones en Twitter durante el tiempo que comprenden los cuatro episodios. Los links correspondientes a estas notas conforman el apartado de anexos y los hallazgos se encuentran en el capítulo de la discusión.

Capítulo IV: Resultados

A continuación, en la tabla 2 se presentan los resultados del enraizamiento de las categorías que tematizan los tweets. Se dividió en episodios para poder realizar lecturas de cada uno de estos independientemente.

Tabla 2

Episodio	Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
1	Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	71	Antirracismo
1	Irrupción o cuestionamiento del discurso	64	Antirracismo

	racista		
1	Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	43	Antirracismo
1	Autoreferencia de nacionalidad	42	Nacionalidad
1	Cuestionamiento de las acciones del exogrupo	29	Rechazo al grupo migratorio y Nacionalidad
Episodio	Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
2	Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	56	Antirracismo y Nacionalidad
2	Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	40	Antirracismo
2	Referencia o nominación a otra nacionalidad	21	Nacionalidad y Rechazo al grupo migratorio
2	Impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo	20	Rechazo al grupo migratorio
2	Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	17	Antirracismo y Nacionalidad
Episodio	Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
3	Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	48	Antirracismo y Región
3	Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	27	Antirracismo
3	Referencia o nominación por región en México	20	Región
3	Presentación de los hechos	18	Presentación de los hechos
3	Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	18	Antirracismo
Episodio	Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
4	Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	56	Antirracismo

4	Impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo	34	Rechazo al grupo migratorio y Presentación de los hechos
4	Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	32	Antirracismo
4	Cuestionamiento a las acciones del exogrupo	26	Rechazo al grupo migratorio y Presentación de los hechos
4	Justificación para el rechazo	25	Rechazo al grupo migratorio

Episodio 1: La llegada y el cruce de la caravana a la frontera sur de México

La primera descarga de unidades de análisis para el episodio 1 consistió en 1089 tweets. Luego, se hizo una selección aleatoria de 208 tweets para considerar en el análisis temático con una serie de categorías y subcategorías establecidas a priori a partir de la teoría.

El número final de unidades de análisis de análisis consistió en 146 tweets. Los demás fueron siendo eliminados del corpus porque no capturaban ningún tema relacionado con el análisis. Este análisis fue llevado a cabo por medio de siete categorías principales y 32 subcategorías.

A continuación, se presenta en la tabla 3 el enraizamiento de las 15 subcategorías de mayor densidad de tematización en el análisis:

Nombre	Enraizamiento	Grupos
● ◇ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	71	[Antirracismo]
● ◇ Irrupción o cuestionamiento del discurso racista~	64	[Antirracismo]
● ◇ Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	43	[Antirracismo]
● ◇ Autoreferencia de nacionalidad	42	[Nacionalidad]
● ◇ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo	29	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Impacto en economía y/o seguridad del endogrupo	28	[Clase social] [Nacionalidad]
● ◇ Situación legal	21	[Nacionalidad]
○ ◇ Referencia o nominación a otra nacionalidad	20	[Nacionalidad]
● ◇ Acceso a los derechos territoriales	16	[Antirracismo]
● ◇ Discurso de odio	15	[Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Reclamo al derecho de movilidad	14	[Antirracismo]
● ◇ Irrupción o cuestionamiento al discurso antirracista	13	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
○ ◇ Presentación de los hechos	11	[Presentación de los hechos]
● ◇ Llamado a la acción en contra del grupo migratorio	10	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Racismo	9	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]

Tabla 3 - Enraizamiento EP1. Elaboración propia.

Como la tabla lo muestra, las categorías que presentan mayor enraizamiento son la de 1- Antirracismo, 2- Nacionalidad, 3- Rechazo al grupo migratorio, 4- Clase social, 5- Presentación de los hechos y 6- Región. Las seis subcategorías con mayor densidad son 1- Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo, 2- Irrupción o cuestionamiento del discurso racista, 3- Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio, 4- Autorreferencia de nacionalidad, 5- Cuestionamiento de las acciones del exogrupo y 6- Impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo. Durante el análisis emergieron de los datos dos categorías en este episodio, que con las de Presentación de los hechos y Dimensión Religiosa. La primera aparece en 9 unidades de análisis y la segunda en 4. Densidad:

Nombre	Densidad	Grupos
● ◇ Situación legal	6	[Nacionalidad]
● ◇ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	6	[Antirracismo]
● ◇ Irrupción o cuestionamiento del discurso racista~	6	[Antirracismo]
● ◇ Racismo	5	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo	5	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Autoreferencia de nacionalidad	3	[Nacionalidad]
● ◇ Discurso de odio	3	[Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Irrupción o cuestionamiento al discurso antirracista	3	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Llamado a la acción en contra del grupo migratorio	3	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Reclamo al derecho de movilidad	3	[Antirracismo]
● ◇ Impacto en economía y/o seguridad del endogrupo	3	[Clase social] [Nacionalidad]
● ◇ Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	3	[Antirracismo]
● ◇ Reclamo al derecho a la seguridad	3	[Antirracismo]
○ ◇ Referencia o nominación a otra nacionalidad	2	[Nacionalidad]
● ◇ Discurso sobre tradición de asilo a emigrantes	2	[Antirracismo]

Tabla 4 - Densidad EP1. Elaboración propia.

Las categorías con mayor densidad en el episodio 1 fueron: 1- Nacionalidad, 2- Antirracismo, 3- Rechazo al grupo migratorio, y 4- Clase social.

A continuación, se presentan las redes que conformaron a las tres principales categorías de enraizamiento y la densidad, así como la manera en la que se vincularon las mismas:

1- Antirracismo

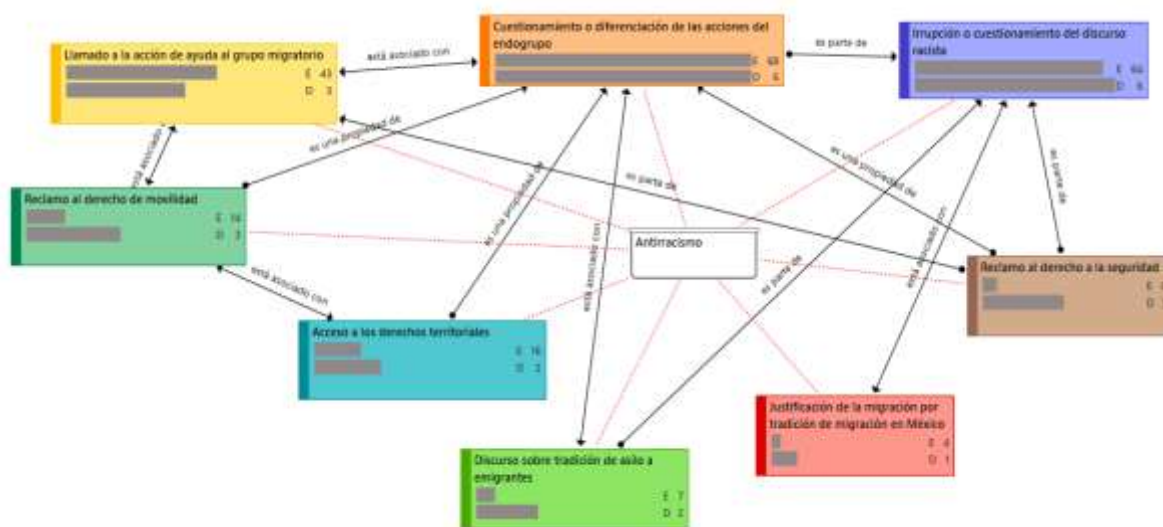


Diagrama 1 - Antirracismo EP1. Elaboración propia

Tal y como el diagrama 1 demuestra, la tematización de la subcategoría Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo se asocia más consecuentemente con el la irrupción al discurso racista y el llamado a la acción en ayuda al grupo migratorio. Estas categorías representan una fuente potente de reforzamiento a la identidad social antirracias y permiten ver que, a través del cruce entre ellas, se estableció una narrativa que propicia el rechazo a racismo y la xenofobia. Resalta también la baja tematización de la justificación a la migración por la tradición de México como país migrante y el reclamo a los derechos territoriales y de seguridad.

2- Nacionalidad

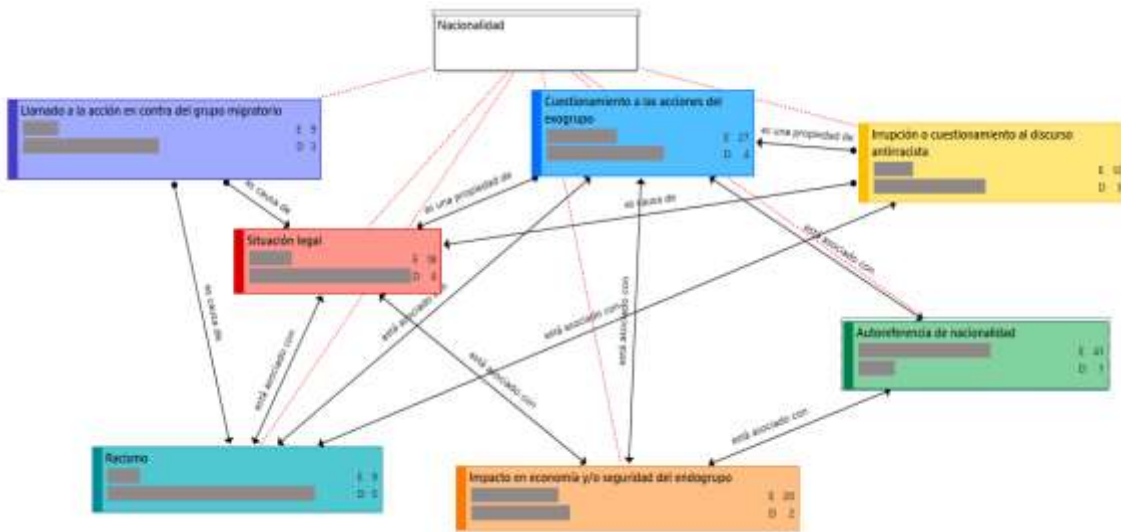


Diagrama 2 - Nacionalidad EP1. Elaboración propia

En esta categoría, la autoreferencia de nacionalidad sobresale entre las demás. Resalta la asociación del impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo, lo cual deja ver una clara línea de protección al endogrupo entendido desde la nacionalidad como categoría social. En este sentido, la situación legal y el racismo se conectan de manera importante con otras categorías. Si bien no muestran una importante tematización, sí encuentra una relación con otras seis y cinco categorías, respectivamente. Lo cual apunta una tematización de la situación legal de las personas inmigrantes conectada con el racismo explícito, el impacto en la economía y/o seguridad y los cuestionamientos las acciones del grupo migratorio. Esto puede estar relacionado con los conflictos que se suscitaron entre integrantes de la caravana y la policía en el puente fronterizo que conecta las ciudades de Tecún Uman, en Guatemala y Ciudad Hidalgo, Chiapas.

3- Rechazo al grupo migratorio

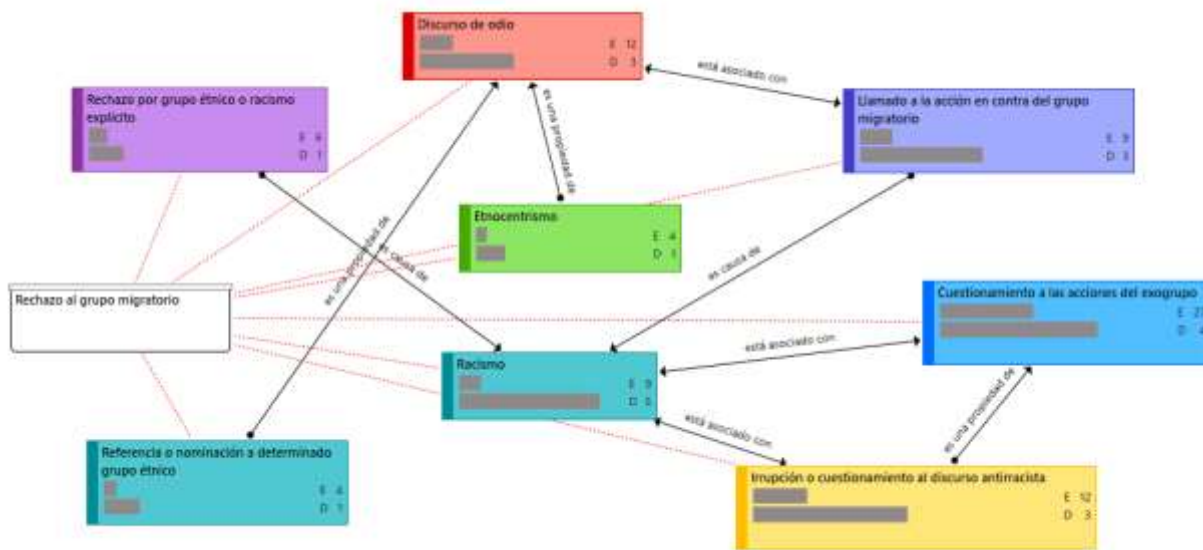


Diagrama 3 - Rechazo al grupo migratorio EP1. Elaboración propia.

En este episodio, la tercera categoría, que fue el rechazo al grupo migratorio, estuvo mayormente ligado al cuestionamiento a las acciones del grupo migratorio y muestra como propiedad de éste la irrupción o cuestionamiento del discurso antirracista. Estas se ven asociadas directamente en la tematización, lo que lleva a inferir que fue a través de estas dos categorías, en conjunto, acompañaron al discurso racista. El discurso de odio también es una categoría que arroja una tematización constante en este episodio, pero muestra una baja relación con el etnocentrismo, el llamado a la acción en contra del grupo migratorio y la referencia o nominación por grupo étnico. Esto permite ver que el discurso de odio y el racismo se conjugan con otros temas como estrategia de justificación para el rechazo al grupo migratorio.

Episodio 2: Donald Trump incendia Twitter y los usuarios reaccionan

La descarga de unidades de análisis para el episodio 2 consistió en 1019 tweets. Se realizó una selección aleatoria de 202 tweets. La pérdida de tweets que no representaban alguna de las categorías de tematización fue de 101. Los 101 tweets conformaron el corpus final del análisis.

Las categorías que emergieron durante el análisis fueron Relación de posturas conservadoras, Diferenciación por orientación política y Justificación para el apoyo al grupo migratorio.

En este episodio surgieron 4 nuevas subcategorías. Fueron codificadas en vivo. La más presente fue la de Sarcasmo, la cual apareció en 5 tweets. Luego, fueron Diferenciación por orientación política, con 3, Diferenciación por necesidades de movilidad, con 2, e Indiferencia ante el fenómeno social, con 1.

A continuación, se presenta en la tabla 2 el enraizamiento de las 15 subcategorías de mayor densidad de tematización en el análisis:

Nombre	Enraizamiento	Grupos
● ◇ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo		56 [Antirracismo] [Nacionalidad]
● ◇ Irrupción o cuestionamiento del discurso racista		40 [Antirracismo]
● ◇ Referencia o nominación a otra nacionalidad		21 [Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Impacto en economía y/o seguridad del endogrupo		20 [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio		17 [Antirracismo] [Nacionalidad]
● ◇ Autoreferencia de nacionalidad		17 [Nacionalidad]
● ◇ Justificación para el rechazo		13 [Rechazo al grupo migratorio]
○ ◇ Referencia o nominación por región en México		12 [Región]
● ◇ Irrupción o cuestionamiento al discurso antirracista		12 [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo		12 [Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
○ ◇ Presentación de los hechos		11 [Presentación de los hechos]
● ◇ Situación legal		10 [Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
○ ◇ Referencia del endogrupo a determinada clase social		10 [Clase social]
● ◇ Justificación para el apoyo al grupo migratorio		8 [Antirracismo] [Nacionalidad]

Tabla 5 – Enraizamiento EP2. Elaboración propia.

Como la tabla lo muestra, las categorías con mayor densidad son, 1- Antirracismo, 2- Nacionalidad, 3- Antirracismo, 4- Rechazo al grupo migratorio, 5- Región, y 6- Clase social.

En este episodio la subcategoría de Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo resalta de la segunda (39), ya que apareció en 54 unidades de análisis.

Nombre	Densidad	Grupos
● ◊ Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	10	[Antirracismo]
● ◊ Situación legal	9	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◊ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	8	[Antirracismo] [Nacionalidad]
● ◊ Impacto en economía y/o seguridad del endogrupo	8	[Rechazo al grupo migratorio]
○ ◊ Negación de actitud xenófoba	7	[Rechazo al grupo migratorio]
● ◊ Justificación para el rechazo	7	[Rechazo al grupo migratorio]
● ◊ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo	7	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
○ ◊ Llamado a la acción en contra del grupo migratorio	5	[Rechazo al grupo migratorio]
● ◊ Discurso de odio	5	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◊ Diferenciación por orientación política	5	[Antirracismo]
● ◊ Etnocentrismo	4	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio]
● ◊ Justificación para el apoyo al grupo migratorio	4	[Antirracismo] [Nacionalidad]
● ◊ Justificación de la migración por tradición de migración en Mé...	4	[Antirracismo]
● ◊ Irrupción o cuestionamiento al discurso antirracista	4	[Rechazo al grupo migratorio]
○ ◊ Racismo	4	[Rechazo al grupo migratorio]

Tabla 6 – Densidad EP2

La categoría que presenta mayor densidad es las de 1 – Antirracismo, 2 - Nacionalidad (Rechazo al grupo migratorio), 3 – Rechazo al grupo migratorio. A continuación, se presentan las redes que conformaron a las tres principales categorías de enraizamiento y la densidad, así como la manera en la que se vincularon las mismas:

1- Antirracismo

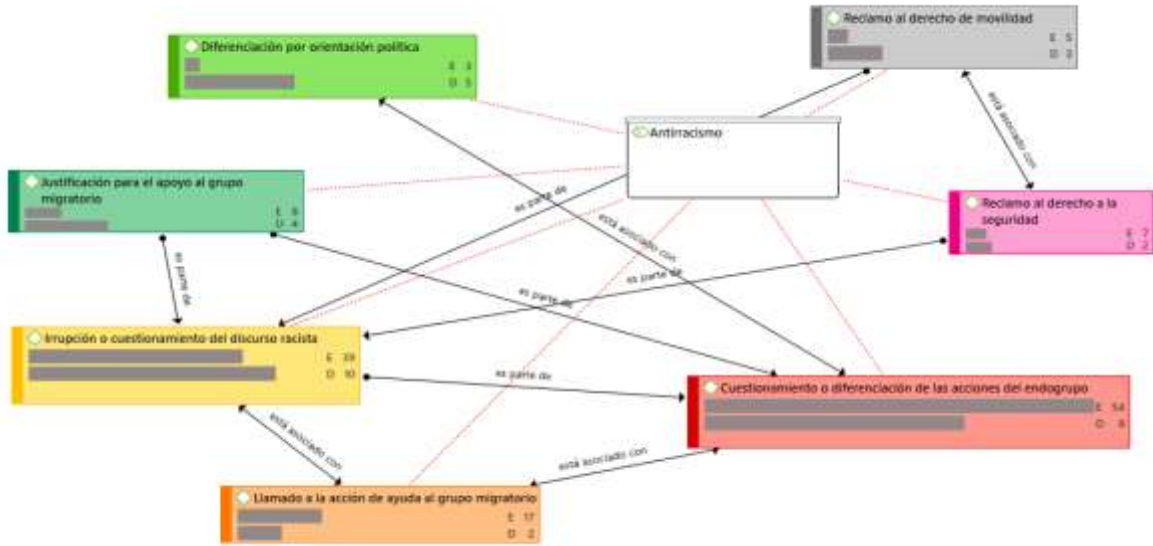


Diagrama 4 – Antirracismo EP2. Elaboración propia.

El antirracismo en este episodio está, al igual que en todos los episodios, como la categoría más presente. Resalta aquí una fuerte conexión con el tema de la diferenciación por orientación política. Esto puede alimbrar una importante conformación de identidad social que rechazó el discurso racista de Donald Trump que los medios y diversas figuras o entes sociales adoptaron, ya que también, la irrupción al discurso racista es un tema relevante que conformó la categoría del antirracismo.

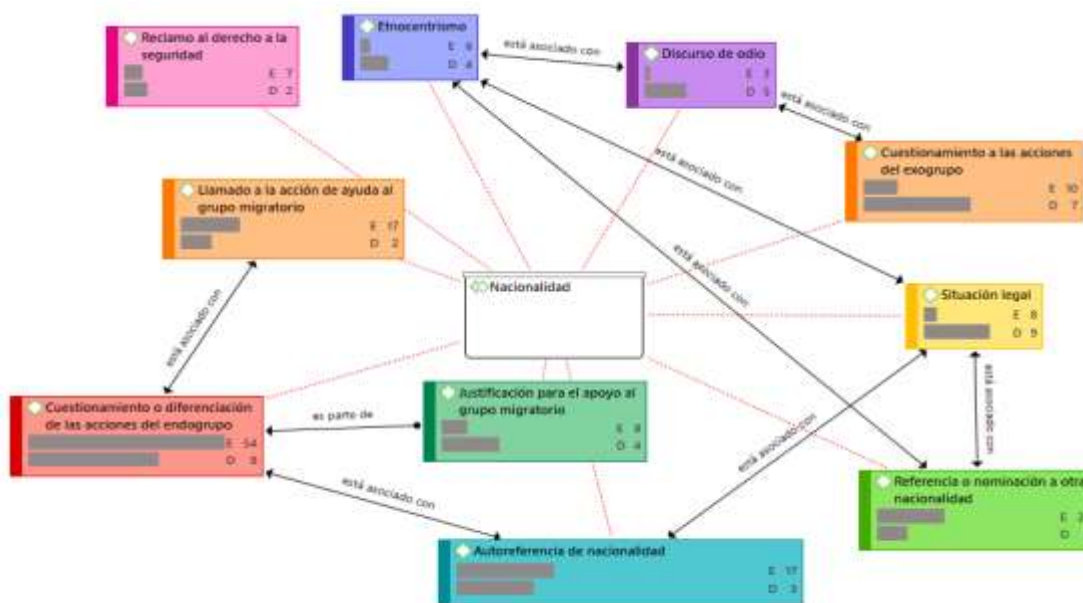


Diagrama 5 – Nacionalidad EP2. Elaboración propia.

Naturalmente, al tratarse de un episodio donde el principal actor es el ex presidente de los Estados Unidos, la nacionalidad fue la segunda categoría con mayor tematización. Pero, lo interesante aquí que el cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo fue la subcategoría más presente. Esto quiere decir que, la nacionalidad fue un tema importante mediante las y los usuarios refuerzan su identidad social para rechazar el discurso xenófobo de Trump y otros entes de la ultraderecha norteamericana, así como para ejercer una importante crítica a su endogrupo y una separación de estas acciones.

3- Rechazo al grupo migratorio

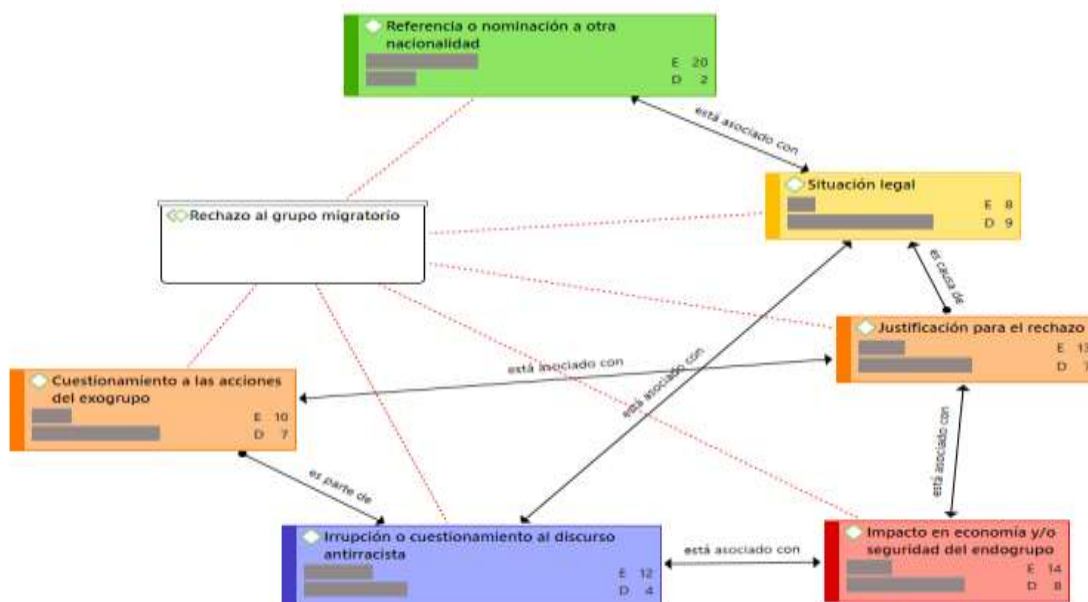


Diagrama 6 – Rechazo al grupo migratorio EP3. Elaboración propia.

La principal subcategoría que alimenta la tematización del rechazo al grupo migratorio es la del impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo, seguido de la justificación para el rechazo. De nuevo, la defensa a estas dos dimensiones (economía y seguridad) son los temas mediante los cuales las y los usuarios desempeñaron justificaciones para justificar el rechazo. También se ven involucrados de manera importante la irrupción al discurso antirracista y la referencia o nominación por nacionalidad. Esto tiene una conexión con las amenazas de Donald Trumo sobre cerrar las fronteras con México y aplicar fuertes sanciones económicas a México si no detenía el paso de las personas migrantes.

Episodio 3: Enrique Peña Nieto anuncia programa Estás en tu Casa

La descarga de unidades de análisis para el episodio 3 consistió en 1001 tweets. Se realizó una selección aleatoria de 206 tweets. La pérdida de tweets que no representaban alguna de las categorías de tematización fue de 107. Las unidades de análisis que fueron codificadas en el análisis fueron 100.

Las categorías agregadas en el episodio 2 fueron agregadas al análisis del episodio 3, pero estas no representaron una densidad representativa.

Nombre	Enraizamiento	Grupos
● ◇ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo		48 [Antirracismo] [Región]
● ◇ Irrupción o cuestionamiento del discurso racista		27 [Antirracismo]
● ◇ Referencia o nominación por región en México		20 [Región]
● ◇ Presentación de los hechos		18 [Presentación de los hechos]
● ◇ Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio		18 [Antirracismo]
● ◇ Referencia o nominación a otra nacionalidad		17
● ◇ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo		16 [Rechazo al grupo migratorio] [Región]
● ◇ Justificación para el rechazo		11 [Rechazo al grupo migratorio] [Región]
● ◇ Reclamo al derecho a la seguridad		11 [Antirracismo]
● ◇ Reclamo al derecho de movilidad		10 [Antirracismo] [Región]
○ ◇ Irrupción o cuestionamiento al discurso antirracista		9 [Rechazo al grupo migratorio]
● ◇ Situación legal		8 [Nacionalidad]
○ ◇ Autoreferencia de nacionalidad		8 [Nacionalidad]
● ◇ Discurso de odio		7 [Rechazo al grupo migratorio] [Región]
○ ◇ Racismo		6 [Rechazo al grupo migratorio]

Tabla 7 – Enraizamiento EP3

Tal y como la tabla lo muestra, las categorías con mayor densidad son 1- Antirracismo, 2- Nacionalidad. 3- Presentación de los hechos, 4- Rechazo al grupo migratorio, y 5- Clase social. En esta tabla ya se muestra una nueva densidad en categorías como Presentación de los hechos y Clase social, ya que aparecen con mayor frecuencia. En cambio, la categoría de Región ya no figura en las primeras 6.

Nombre	Densidad	Grupos
◊ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	14	[Antirracismo] [Región]
◊ Justificación para el rechazo	12	[Rechazo al grupo migratorio] [Región]
◊ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo	12	[Rechazo al grupo migratorio] [Región]
◊ Situación legal	11	[Nacionalidad]
◊ Irupción o cuestionamiento al discurso antirracista	10	[Rechazo al grupo migratorio]
◊ Irupción o cuestionamiento del discurso racista	10	[Antirracismo]
◊ Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	9	[Antirracismo]
◊ Impacto en economía y/o seguridad del endogrupo	9	[Rechazo al grupo migratorio] [Región]
◊ Negación de actitud xenófoba	8	[Rechazo al grupo migratorio]
◊ Referencia o nominación por región en México	8	[Región]
◊ Autoreferencia a determinada región en México	7	[Región]
◊ Reclamo al derecho a la seguridad	7	[Antirracismo]
◊ Diferenciación por orientación política	7	[Antirracismo] [Región]
◊ Autoreferencia de nacionalidad	7	[Nacionalidad]
◊ Etnocentrismo	7	[Nacionalidad] [Rechazo al grupo migratorio] [Región]

Tabla 8 – Densidad EP3

En este episodio también la categoría Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo se separa en su densidad de la segunda (Irupción o cuestionamiento del discurso racista), ya que la primera arroja que estuvo presente en 45 unidades de análisis, mientras que la segunda estuvo en 27.

A continuación, se presentan las redes que conformaron a las tres principales categorías de enraizamiento y la densidad, así como la manera en la que se vincularon las mismas:

1- Antirracismo

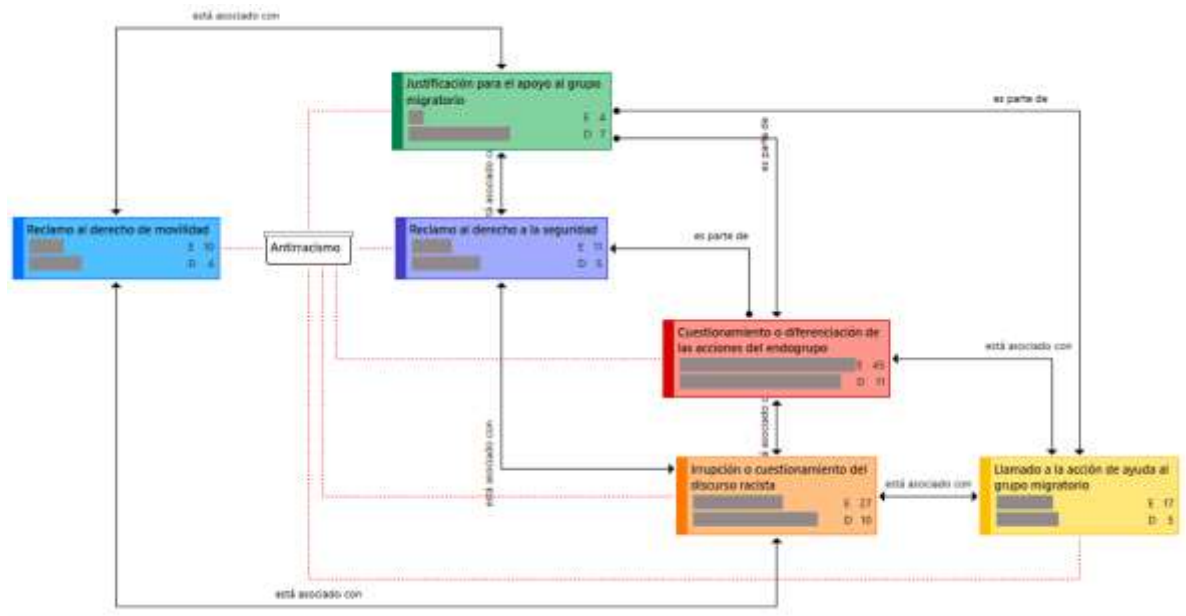


Diagrama 7 – Antirracismo EP3. Elaboración propia.

El antirracismo en el episodio referente al anuncio del programa de gobierno para la asitencia a personas inmigrantes parece haber tenido repercusiones positivas en la conversación, ya que igue siendo la subcategoría más presente, seguido de la irrupción al discurso racista y el llamado a la acción en ayuda del grupo migratorio.

2- Región

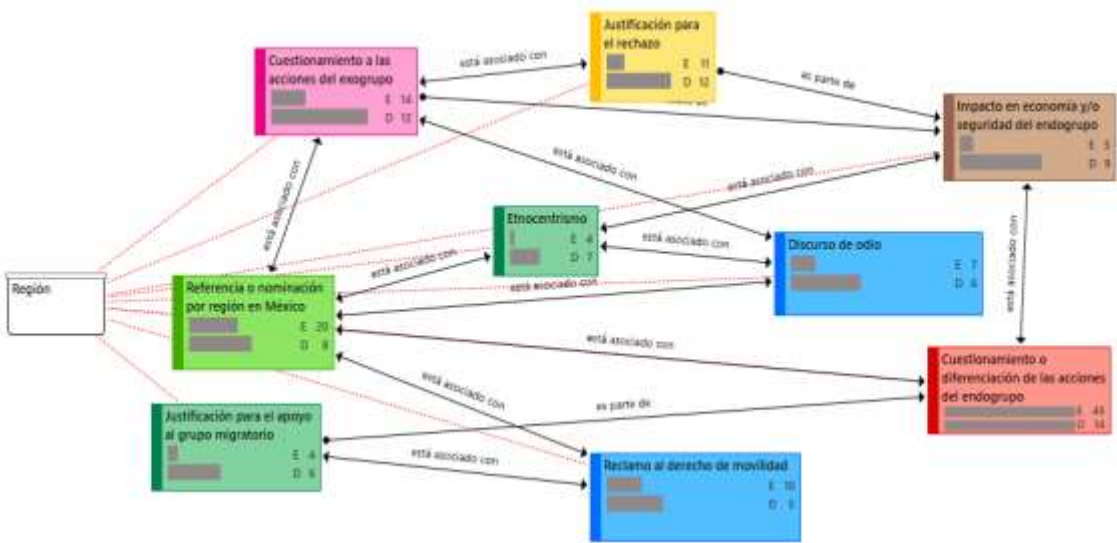


Diagrama 8 – Región EP3. Elaboración propia.

Por primera vez, la diferenciación o categorización por región aparece entre las primeras categorías del análisis. Pero se mezcla con otras subcategorías propias de otro grupo de temas, como lo son el impacto a la economía y/o seguridad y la referencia o nominación por región en México, así como con el cuestionamiento a las acciones del exogrupo. Estas conexiones representan la complejidad de temas mediante las cuales, las y los usuarios estalbecieron el reclamo a la ayuda por parte del gobierno. La principal justificación para el rechazo de este programa fue que se debái de apoyar primero a personas en situación de pobreza de México, en lugar de apoyar a personas inmigrantes.

3 – Presentación de los hechos

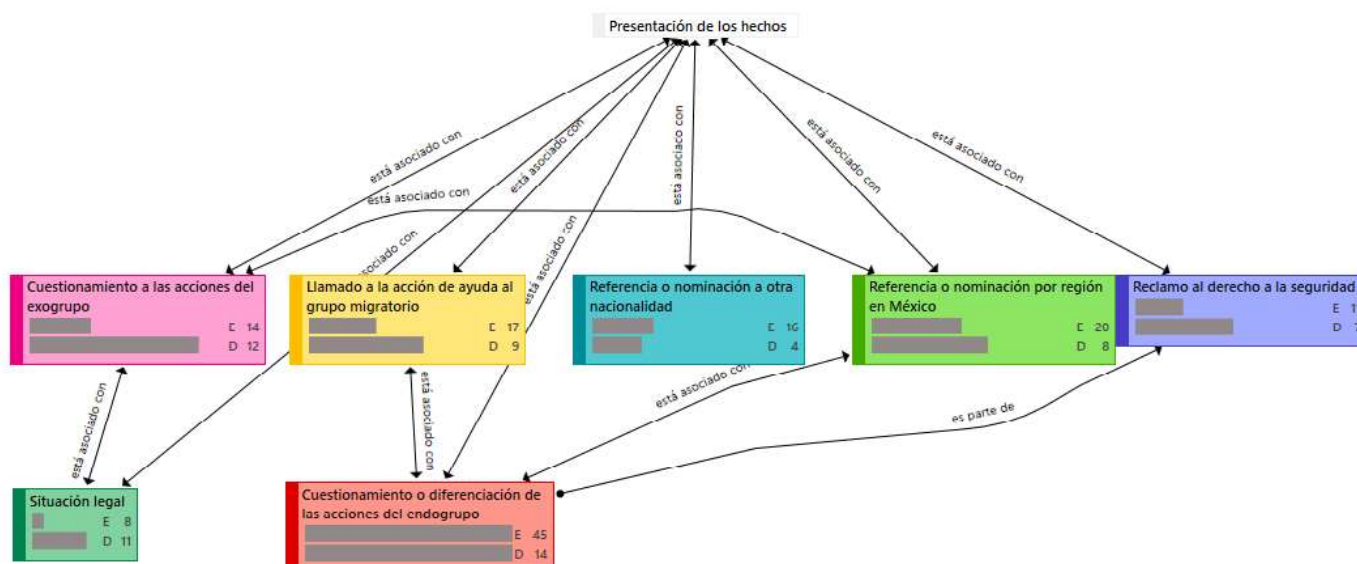


Diagrama 9 – Presentación de los hechos EP3. Elaboración propia.

La presentación de los hechos corresponde a la circulación o referencia a notas informativas de medios de comunicación que son utilizadas para reforzar o visibilizar situaciones y poder justificar las demandas a través de la red. El cuestionamiento de las acciones del exogrupo es la categoría con mayor relación con otras y se conecta con la situación legal. Si bien el cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo sigue siendo la subcategoría más presente, esta categoría del episodio tres nos permite ver la compleja y variada manera en que las personas utilizan la presentación de hechos para entablar relaciones tanto de antirracismo como de rechazo al grupo migratorio.

Episodio 4: La caravana llega a Tijuana y el tono de la conversación se exagera

La descarga de unidades de análisis para el episodio 3 consistió en 1027 tweets. Se realizó una selección aleatoria de 206 tweets. La pérdida de tweets que no representaban alguna de las categorías de tematización fue de 91. Las unidades de análisis que fueron codificadas en el análisis fueron 115.

Nombre	Enraizamiento	Grupos
◆ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo		56 [Antirracismo]
◆ Impacto en economía y/o seguridad del endogrupo		34 [Presentación de los hechos] [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Irupción o cuestionamiento del discurso racista		32 [Antirracismo]
◆ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo		26 [Presentación de los hechos] [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Justificación para el rechazo		25 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Discurso de odio		23 [Rechazo al grupo migratorio]
○ Referencia o nominación por región en México		22 [Región]
◆ Reclamo al derecho a la seguridad		15 [Antirracismo] [Presentación de los hechos]
◆ Racismo		14 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Referencia o nominación a otra nacionalidad		13 [Nacionalidad] [Presentación de los hechos]
◆ Reclamo al derecho de movilidad		12 [Antirracismo] [Presentación de los hechos]
○ Situación legal		11 [Nacionalidad]
◆ Etnocentrismo		11 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Justificación para el apoyo al grupo migratorio		10 [Antirracismo]
◆ Irupción o cuestionamiento al discurso antirracista		9 [Rechazo al grupo migratorio]

Tabla 9: Enraizamiento EP4. Elaboración propia.

La categoría con más densidad en el episodio 4 es también la de 1- Antirracismo, seguida por la 2- Región, 3- Presentación de los hechos, 4- Rechazo al grupo migratorio, 5- Nacionalidad. De nuevo la subcategoría Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo supera por casi el doble a la segunda subcategoría, que es Referencia o nominación por región de México.

La densidad de las categorías en este episodio se muestra en la siguiente tabla:

Nombre	Densidad	Grupos
◆ Discurso de odio		11 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Impacto en economía y/o seguridad del endogrupo		10 [Presentación de los hechos] [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Justificación para el rechazo		9 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo		8 [Antirracismo]
○ Comentario de castigo		8 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Etnocentrismo		8 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Irupción o cuestionamiento del discurso racista		7 [Antirracismo]
○ Referencia o nominación por región en México		6 [Región]
◆ Cuestionamiento a las acciones del exogrupo		6 [Presentación de los hechos] [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Defensa del endogrupo para irupción de discurso antirracista		6 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Irupción o cuestionamiento al discurso antirracista		6 [Rechazo al grupo migratorio]
◆ Racismo		5 [Rechazo al grupo migratorio]
○ Referencia del endogrupo a determinada clase social		5 [Clase social]
○ Situación legal		5 [Nacionalidad]
○ Reconocimiento de las capacidades o atributos al grupo migrat...		5 [Antirracismo]

Tabla 10, Densidad EP4. Elaboración propia.

A continuación, se presentan las redes que conformaron a las tres principales categorías de enraizamiento y la densidad, así como la manera en la que se vincularon las mismas:

1- Antirracismo

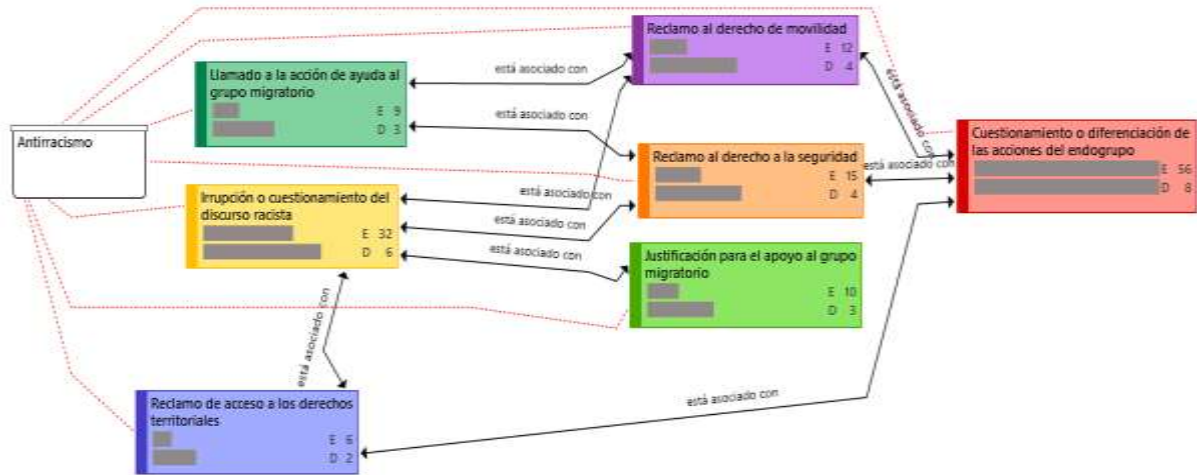


Diagrama 10 – Antirracismo. Elaboración propia

En el momento de mayor crisis social y política de la caravana migrante, es decir, cuando ésta se encontraba acinada en la ciudad de Tijuana, el antirracismo también fue la categoría más presente. La irrupción al cuestionamiento racista, así como el cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo, son las categorías con mayor enraizamiento. Esta última concentra una alta desidad en el cruce de categorías, al tiempo que el reclamo a la seguridad del grupo migratorio resultó ser también otro tema importante. Esto está relacionado con los ataques que vecinos de algunas colonias de la ciudad realizaron hacia las y los integrantes de la caravana que decidieron acampar en un parque de dicha ciudad. La organización de grupos antiinmigrantes exacerbó la conversación en medios y en redes y fue a causa de esto que el incremento en el reclamo a la seguridad se pudo haber dado.

2- Presentación de los hechos

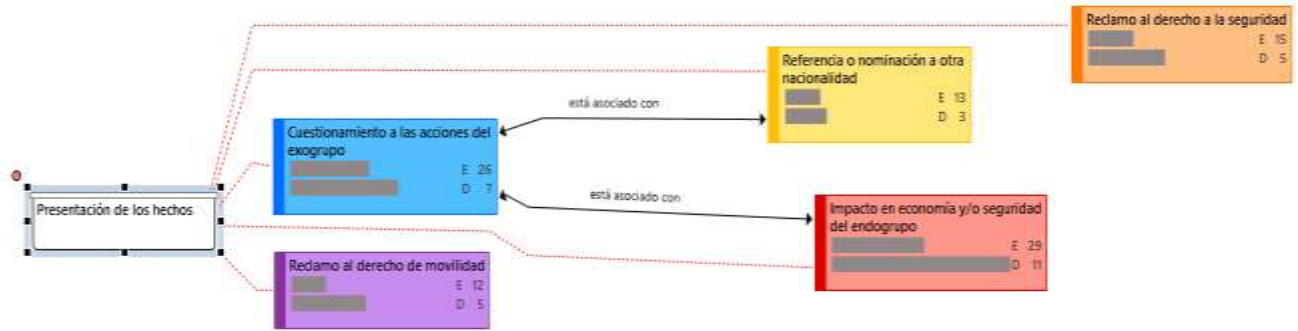


Diagrama 11 – Presentación de los hechos. Elaboración propia.

De nuevo, la presentación de los hechos aparece, pero ahora como la segunda categoría más presente. Aquí, la conversación conjuga dos categorías que integran el rechazo al grupo migratorio, como lo son el impacto en la economía y seguridad, así como el en el cuestionamiento de las acciones del grupo migratorio. De nuevo, la circulación de notas informativas o videos, presentados como hechos suficientes o pruebas que fungen como ciminetos para establecer una determinada posición y justificar acciones, ya sea de ayuda o en contra del grupo migratorio. Así mismo, la presentación de los hechos se cruza con el reclamo a la seguridad.

3- Rechazo al grupo migratorio

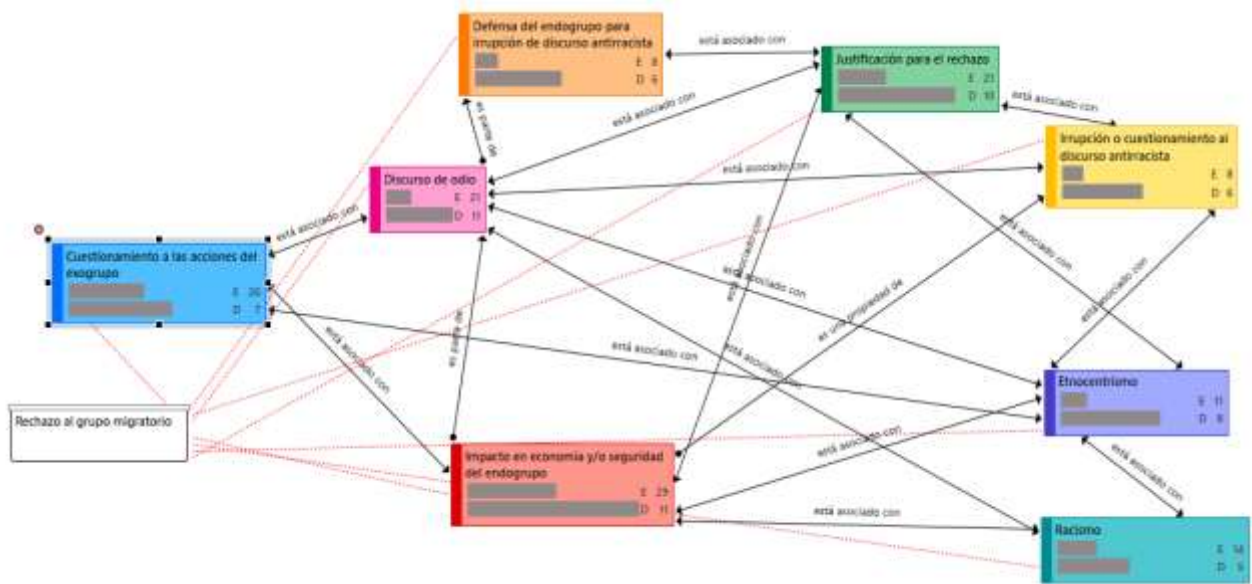


Diagrama 12 – Rechazo al grupo migratorio. Elaboración propia.

El rechazo al grupo migratorio fue la tercera categoría más importante en el episodio 4. Fue el impacto en la economía y/o seguridad de del endogrupo la subcategoría más presente y que más densidad mostró con las demás subcategorías, como el cuestionamiento a las acciones del grupo migratorio. También, el etnocentrismo se presentó en mayor medida que el racismo, lo que indica una preocupación por resaltar la protección del endogrupo ante la amenaza que la caravana significaba para el bienestar de la economía del país o para la seguridad pública. Se muestra también una alta tematización del discurso de odio, el cual se conecta con siete de las subcategorías que componen el diagrama.

Resultados del análisis descriptivo estadístico

A continuación, se presentan los resultados del análisis descriptivo. Con estos datos, se pretende conformar una imagen general de la cobertura de tres de los medios más presentes en la narrativa de Twitter en términos de diferenciación, rechazo, evaluación de las acciones y demás variables que pudieron haber generado a través de su narrativa un imaginario colectivo que representa a la caravana como una amenaza a la sociedad de acogida.

Porcentaje	Variable
74 %	Impacto a la seguridad pública
20.8 %	Impacto al empleo
34 %	Manifestaciones o quejas de la sociedad
30.2 %	Manifestaciones de apoyo
24 %	Situación de niñas o niños
4.2 %	Información contextual
53.1 %	Evalúa las acciones de los sujetos de cobertura (evaluación de las y los periodistas)
47.9 %	Fuentes del estado
2.1 %	Fuentes académicas
22.9 %	Adjetivos calificativos

67.7 %	Refiere tensiones geopolíticas MX-USA
87.5 %	Representa a la caravana como una amenaza a la sociedad de acogida.
79.2 %	Contiene justificaciones para el rechazo.
50 %	Retrata a las personas por su situación de precariedad
27.1 %	Refiere el posible impacto a la economía

Tabla 11, Resultados del análisis descriptivo estadístico. Elaboración propia.

Estos datos permiten observar que los tres medios seleccionados a partir de su relevancia en la conversación en Twitter sí representaron en términos generales a la caravana migrante desde una perspectiva xenófoba y racista. Como lo ha señalado la literatura especializada, la manera en que los medios de comunicación retratan los procesos migratorios tiene altas repercusiones en las actitudes de usuarios en redes sociales, así como en sus acciones (Nerghees y Lee, 2019; Heidenreich, Eberl, Lind y Boomgaarden, 2019).

Así mismo, la representación de la caravana migrante que circula a través de la interacción social en Twitter potencia la representación de la migración desde una perspectiva de amenaza, delincuencia y conflicto social que aumenta el rechazo de usuarios hacia los sujetos de cobertura (Holmes y Castañeda, 2016; Kreis, 2017).

Capítulo V

Discusión de resultados: Diálogo entre la teoría y los datos empíricos

Los datos empíricos arrojados por el análisis temático revelan que en los cuatro episodios en los que se dividió la recolección de unidades de análisis predominan los mensajes de antirracismo. Esto tomando en cuenta que se eliminaron los retweets del corpus de análisis con la intención de obtener mayor cantidad de mensajes que expresaran de mejor manera la tematización que las y los usuarios expusieron en su participación en la narrativa.

Estos hallazgos son valiosos en el sentido de que sirven como elementos para comprender de mejor manera cómo es que las y los usuarios de Twitter en México reaccionaron a la narrativa de los medios y a el imaginario colectivo que los medios de comunicación generaron respecto al proceso de la caravana migrante.

El cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo resultó ser el tema o subcategoría con mayor presencia en los cuatro episodios. En dos de los episodios (2 y 4), superó casi por el doble el segundo tema. En este sentido, los datos nos permiten observar que existió una fuerte tematización que representa una separación de las acciones del endogrupo y una crítica a sus acciones y justificaciones. También llama la atención que, en el episodio 2, el tema más presente, que el antirracismo, se mezcla con la nacionalidad. Es decir, en el episodio en el que el entonces presidente de los Estados Unidos, Donald Trump atacó a la caravana migrante, los usuarios tematizaron sus reacciones a partir del cuestionamiento a las acciones del endogrupo y lo conjugaron con la nacionalidad. Los tweets D:234-EP2 y D: 656-EP1 ejemplifica esta situación

Esta manera de cubrir la #CaravanaMigrante al único q le ayuda es a Trump porq si ningún gobierno ha podido detenerla significa q llegará a la frontera d EU y eso le dará el motivo perfecto para retomar su muro y su discurso xenófobo. Ya no solo los mexicanos seremos la “amenaza”

Triste el racismo. Más triste que en México haya tantos racistas y xenófobos. La #CaravanaMigrante me sorprendió amargamente porque me enseñó que en mi país hay muchos que piensan que discriminar es algo correcto. Por mi parte, #BienvenidosAMéxico hermanos migrantes. #FelizSábado



Tweet D:234-EP2 y D:625-EP1

Tal y como señala Hogg (2016), “las normas grupales capturan y expresan similitud intragrupal. Sin embargo, los grupos casi siempre se diferencian internamente” (Hogg, 2016, p.13) y esto trae consigo mejoras en la manera en la que se perciben los individuos dentro del grupo. En este sentido, “aunque los miembros marginales son generalmente percibidos y tratados de manera desfavorable, a veces pueden cumplir funciones importantes de cambio social para el grupo (Hogg y Waggoner, en Hogg, 2016).

Es decir, en la discusión respecto a la caravana mirante en Twitter se suscitó una ruptura del consenso de la valoración del endogrupo. Una parte considerable se desmarcó de las acciones de su endogrupo entendido este como la sociedad de acogida. Criticó las acciones y llegaron a un consenso diferente respecto a su identidad social. Como apuntan Abrams y Hogg (1990), este vínculo está constantemente dando vueltas a la valoración del endogrupo para llegar a un consenso de “somos así y estamos de acuerdo en que lo somos, ya que tiene un efecto homogeneizador de la concepción de la categoría, el cual crea una sensación de conformidad con las normas que el propio grupo establece, puesto que asimila el prototipo del grupo (Abrams y Hogg, 1990).

La gestión de la amenaza a la identidad social de la parte que se separa de las acciones de rechazo o racismo de la sociedad de acogida funge como un fuerte ente de cambio social al interior del grupo, y no le importa si es juzgado por otra parte de la sociedad de acogida. Sacrifica el consenso y su lugar en el endogrupo en búsqueda del cambio social, puesto que

la identidad social se desactiva cuando la identidad personal es sobresaliente y viceversa. Por tanto, este principio implica que los comportamientos que las personas realizan para los grupos con los que se identifican pueden estar principalmente motivados por la identidad social relevante en este contexto, y sólo a un en menor medida por su identidad personal (Jiménez y Vázquez, 2015, pp.8).

Al estar en una situación de grupo y al entender el contexto en el que el fenómeno se desarrolla, es capaz de ajustar su identidad social en el espacio digital. El nivel de agencia personal sirve como reforzador de su identidad social, puesto que, como señalan Jiménez y Vázquez (2015)

las que se sienten intensamente fusionados con un grupo, conservan un fuerte sentido de agencia personal cuando están en situaciones de grupo. Es decir, la identidad personal de individuos fuertemente fusionados no se diluye cuando su identidad social es saliente, como podría esperarse de Self- Teoría de categorización (Turner et al., 1987). Al contrario, su identidad personal permanece activa, incluso en contextos grupales, y se combina sinérgicamente con su identidad social para inducir una fuerte voluntad de sacrificarse por el grupo y sus miembros (Jiménez y Vázquez, 2015, pp.9).

Derivado de esto, se puede apuntar también que las reacciones de quienes presentan una identidad social antirracista no es congruente con el imaginario colectivo que los medios generaron respecto a la caravana, en el cual, presentaron al grupo como una amenaza latente a la identidad, a la seguridad y a la economía de la sociedad de acogida, tomando en cuenta una pregunta básica como ¿en qué condiciones de contexto, las personas de la sociedad de acogida se enteraron de la existencia de dicho grupo? ¿cómo les fue presentado. Como anota Hogg (2016)

el proceso de categorizar a alguien tiene consecuencias predecibles. En lugar de “ver” a esa persona como un individuo idiosincrásico, se lo ve a través de la lente del prototipo de la categoría en la que se los ha colocado, se *despersonalizan* en términos de los atributos del prototipo (Hogg, 2016, p.9)

El tweet D: 641-EP1, y el D:670-EP1 ejemplifica la crítica interna al endogrupo:

- 1- *Imposible no ofenderse, entristecerse... lamentarse. Porque efectivamente, hay una sociedad que sorprendentemente parece no haber cambiado en nada. #CaravanaMigrante @f_solorzano @dayan_jacobo @DrLorenzoMeyer*
- 2- *@Edd_Campe Primero andaban jodiendo con Donald Trump y ahora mira eh hh Perros de doble moral #CaravanaMigrante*



Tweet D:641 y tweet D:670-EP1

La irrupción y el cuestionamiento al discurso racista resultó también como no de los temas más presentes en los cuatro episodios. Derivado de esto es la separación de las identidades que terminan por acentuar la polarización en la narrativa que resulta una carga discursiva en la que, a las personas que se desmarcan del endogrupo son juzgadas como agentes de peligro para el grupo o categoría social de la sociedad de acogida.

Por ejemplo, los desviados o marginados pueden jugar papeles de críticos grupales (Hornsey, 2005), o como grupos en minoría que están constantemente poniendo en tela de juicio la sabiduría aceptada de la mayoría del grupo (Nemeth y Staw, 1989). Esto puede darse debido a que los integrantes de la minoría excluida buscan reconocimiento por parte de la mayoría del grupo que acepta las normas, pero su contribución al grupo termina siendo de vital importancia, es constructiva en cuanto a la imagen o identidad del endogrupo, ya que “las minorías y los críticos están tratando efectivamente de cambiar la identidad del grupo desde adentro” (Hogg, 2016, p.14).

Pero esto puede resultar peligroso en los puntos críticos de la crisis, como lo fue en el episodio de la llegada y hacinamiento de la caravana en la ciudad de Tijuana. En su reclamo constante de falta de apoyo por parte del Gobierno Federal para manejar la situación, así como la amenaza al cierre de la Frontera con los Estados Unidos, surgieron grupos de rechazo hacia la caravana migrante. Sus demandas y justificaciones fueron rápidamente mediatizadas los medios de comunicación y provocaron la reacción de las personas en la red social.

En este sentido, el tweet D:13- EP4 y el tweet D: 24- EP4 ilustran este ejemplo:

Lo único cierto es que la #caravanaMigrante no tendría ni porque haber cruzado la frontera sin el debido trámite, es decir legalmente. Aceptarlo nos va generar muchos dolores de cabeza, de mi se acuerdan si no...

No, NO y NO!!! primero los mexicanos, no tenemos porqué estarle resolviendo los problemas a otros países #CaravanaMigrante



Tweet D13, EP4 y tweet D: 24-EP4

Es posible que las reacciones de reclamo cargadas de odio hacia la caravana por parte de la sociedad que reaccionó congruentemente con las demandas de la sociedad de Tijuana que rechazó al grupo, sean producto de lo que ellos consideraron como una exclusión del endogrupo. Las minorías que sienten que no tienen voz dentro del grupo pueden fragmentarlo formando un cisma (Sani, 2005); y “los individuos que sienten o que efectivamente son tratados como miembros periféricos de un grupo que es importante para su identidad, pueden convertirse en extremistas entusiastas en nombre del grupo en un intento de ser aceptados como miembros centrales leales” (Hogg, 2016, p.14), generando con esto lo que Amin Maalouf (2012) llamó las identidades asesinas.

La línea de la narrativa de rechazo al grupo migratorio, compuesta por cuestionamientos a las acciones del exogrupo y a la situación legal, así como a las implicaciones en el impacto a la economía y/o seguridad de la sociedad de acogida, trae consigo una serie de atributos negativos en la tematización de las reacciones en Twitter. Estas subcategorías son las principales y representan a las dos categorías principales luego de la del Antirracismo. En este sentido, i Llobart (2004) señala que

“el uso de la discriminación de los exogrupos contribuye a la construcción de una identidad social positiva y con eso los sujetos incrementan su autoestima” al sentirse parte de determinado grupo. “En este caso, los grupos desfavorecidos hacen uso de un conjunto de estrategias (movilidad, creatividad y movilización social) para mejorar su identidad” (i Llombart, 2004)

El hecho de que la economía de la sociedad se viese amenazada por la llegada de la caravana migrante a la ciudad fronteriza puso en tela de juicio el estatus de prestigio de la sociedad de acogida, puesto que las afectaciones geopolíticas entre México y Estados Unidos representaba, fue para quienes reaccionaron de esta manera el motivo suficiente, es decir, la justificación para poder desatar la discriminación, el rechazo, el racismo explícito y el discurso de odio. Como señala Hogg (2016), el comportamiento intergrupal es efectivamente una lucha por el estatus relativo o el prestigio del endogrupo. Los grupos de mayor estatus luchan para proteger su superioridad evaluativa; los grupos de estatus inferior luchan para ignorar su estigma social y promover su positividad.

El rechazo hacia el grupo migratorio y la presentación de los hechos presentaron un alta de tematización en la narrativa, al tiempo que son subcategorías que se relacionaron en dos de los cuatro episodios con una presencia importante en el corpus. En el episodio 4, por ejemplo, la presentación de los hechos y el rechazo se mezclaron a partir de tweets que capturaron tematizaciones como el impacto a la economía y/o seguridad y la presentación de los hechos. En este mismo sentido, otra subcategoría es la justificación para el rechazo.

Algo que sorprende del análisis temático por su ausencia, y que se esperaba que fuera más común, es la tematización de tweets que capturaran subcategorías de clase social debido al contexto en el que se desarrollaron los hechos. Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso (2016) señalan que la conversación en Twitter respecto a fenómenos de migración puede variar a partir de los contextos sociales, económicos e históricos de los países que se ven involucrados en el proceso migratorio. En este sentido, la tematización respecto al impacto a la economía de la sociedad de acogida no fue un tema que se haya ligado directamente a la clase social.

Se esperaba que, dadas las circunstancias del contexto en el que se desarrolló el fenómeno social, la tematización de clase social tuviera una fuerte presencia, ya que, como señala Hogg (2016), el estatus y la estabilidad son dos factores importantes en la idealización de la pertenencia a la categoría o grupo social: (*Estatus*: ¿cuál es la posición social de mi grupo en relación con el

exogrupo?) y la (*Estabilidad: ¿qué tan estable es esta relación de estatus?*), pero todo parece indicar, la posición de clase social y la estabilidad de dicha posición no fueron un tema que resaltase en la conversación.

Es importante discutir esto, ya que, como señala i Lombart (2004), mediante estas valoraciones también se puede caer en la *acentuación ilusoria de semejanza* entre las personas que forman parte de una misma categoría, y la *creación exagerada de diferencias*. A través de estas se pueden entonces desarrollar mecanismos para la integración o el rechazo de ciertas personas que pertenecen a otras categorías sociales, ya que

la categorización tiene un *valor instrumental* en el sentido que organiza, estructura y simplifica la información que tenemos del medio social, pero también tiene un *valor ideológico*, de control social, en el sentido que estructura grupalmente la sociedad según los intereses y valores de los grupos dominantes (i Lombart, 2004 p.118)

El estudio de Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso (2016) señala que la polarización de la conversación en Twitter en el Reino Unido cambió a partir del anuncio del entonces Primer Ministro David Cameron sobre una inversión de presupuesto para la crisis de migrantes de Europa del 2015, así como abrir las puertas a un mayor número de solicitantes de asilo. “Encontramos 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).

En ese sentido, el episodio 3 de esta tesis, que se trata del anuncio del entonces presidente de México Enrique Peña Nieto y el programa para inmigrantes Estás en tu Casa parece no haber marcado una diferencia en la conversación. Los temas más recurrentes siguen siendo el cuestionamiento a las acciones del endogrupo y la irrupción al discurso racista. La conversación no marca una referencia al programa social de inmigración, aunque sí al ex presidente. Sólo 6 de los 100 tweets analizados capturan el tema del Impacto en la economía y/o seguridad. Aunque, el análisis de este episodio sí revela que la categoría Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio es la cuarta, empatada con la de Presentación de los Hechos. De hecho, el llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio estuvo más presente en el primer episodio con 42 tweets que tematizaron dicho aspecto. En este episodio, otra categoría que obtuvo un número más alto de

captura en la conversación fue la de Referencia o nominación por Región en México. Los tweets D: 32- EP3 y D:67-EP3 ejemplifican esto

Gran decisión del Gobierno Federal! Este tipo acciones son las que enriquecen y enaltecen a nuestro México. #CaravanaMigrante

@RoyCampos @JaimeDuarte - Y si buscamos a está mujer para ayudarla con una silla de ruedas. Si la encontramos, yo podría donar la silla. @Viri_Rios, @YuririaSierra, @carolina_rocha_, @padresolalinde, @warkentin. #CaravanaMigrante



Tweet D: 32- EP3 y tweet D:67-EP3

Si bien no surgió una cantidad importante tweets que tematizan el plan del gobierno o al ex presidente Enrique Peña Nieto, sí se puede observar que la conversación está cargada de antirracismo y a la ayuda al grupo migratorio. En este sentido, podemos traer a colación el trabajo desarrollado por Turner (1990, en Martínez Tejeda, 2017) en torno a la cooperación entre grupos, y señalan que

las personas están motivadas para establecer una distinción, valorada de modo positivo, entre los grupos con los que se identifican y los exogrupos relevantes, y (2) que, cuando la identidad social, basada en la pertenencia a un grupo es insatisfactoria, los miembros de éste tratarán de abandonar el grupo (en sentido psicológico o en la realidad) para unirse a otro que se distinga de manera más positiva o para hacer que su grupo se diferencie más positivamente (Martínez Tejeda, 2017, p. 117).

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).

Otro aspecto que llama la atención del análisis temático es la manera en la que las subcategorías se entrelazan. Esto nos habla de la amplia complejidad mediante la cual las personas desarrollaron la gestión a la amenaza a su identidad social. No se trata de acciones determinadas por un blanco o negro. Esta acción, producto de una reacción emocional que despierta en la parte personal diversas estrategias para la conformación de su identidad social representa una lectura interesante para tratar de comprender de mejor manera las complejas aristas que el ajuste, el reforzamiento y la conformación de la identidad tienen para este constante y complejo proceso.

Por ejemplo, el cruce de dos de las categorías principales (Nacionalidad y Rechazo al grupo migratorio) en el episodio 1 se da en la subcategoría 5 y 6 (Cuestionamiento de las acciones del exogrupo e Impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo). Esto nos habla de que, en este episodio, si bien el Antirracismo ya comenzaba a colocarse como el tema con más presencia en la narrativa, la tematización para el rechazo al grupo migratorio se complejiza a través de la referencia a cuestiones de legalidad, nacionalidad y cuestionamiento de las acciones de la caravana en el momento del cruce de la frontera sur de México. Es decir, las personas que reaccionaron con mensajes que tematizaran la nacionalidad y el rechazo, establecieron sus justificaciones para el rechazo a partir del conflicto ocurrido entre la policía y los integrantes de la caravana migrante. Al tiempo de que la situación de la reja rota y el cruce de las personas generó reacciones en los usuarios que reclaman el orden y la defensa a la soberanía de su nación, así como al de su grupo social.

La principal subcategoría que integra el Antirracismo se liga en los cuatro episodios con la irrupción o cuestionamiento al discurso racista y el llamado a la acción. Esto habla de una fuerte postura del endogrupo que se separa de las acciones y justificaciones con las que se habla del rechazo. Lo cual apunta a una identidad social fuertemente determinada por valores de colaboración entre grupos, sensible a la situación social, económica y humana de la sociedad de acogida.

Por otro lado, el rechazo al grupo migratorio está contantemente ligado al impacto económico y de seguridad de la sociedad de acogida, así como al cuestionamiento a las acciones del exogrupo y la situación legal. La tematización de estas categorías transita constantemente entre

una línea de exigencia a la ley, a la negación de acciones racistas o xenófobas justificada a través del cuestionamiento a las acciones del grupo migratorio. Es decir, el rechazo al grupo migratorio no se dio, por lo menos en este corpus de análisis, a través de un racismo explícito, sino que se utilizan otros temas (subcategorías) para componer estrategias discursivas encaminadas al rechazo. También destaca que, para argumentar la justificación para el rechazo, se realiza la comparación entre las acciones de un grupo migrante que llegó con anterioridad a la ciudad de Tijuana, mediante también se da la negación al racismo y la irrupción al discurso antirracista. Esto se ejemplifica en los tweets D: 211-EP4 y D: 194-EP4

Esto va para la #CaravanaMigrante. Ya es hora de actuar @ALCDETI @AlcaldiaTijuana @KIKOVEGA_ NO ES XENÓFOBIA, NI RACISMO, ES POR EL BIENESTAR DE NUESTRA CIUDAD, NUESTRO ESTADO Y NUESTRO PAÍS. Esto no pasó con los #Haitianos, ellos si son bienvenidos.

Por que diablos escriben estupideces, NO ES ANTIIMIGRANTES se buscaba que se fueran a un albergue y no estuvieran en el malecón acaso eso está mal? Llegaron violentos, estaban agrediendo, drogándose, emborrachándose en las calles de la cd . INVESTIGUEN !



Tweets D:211-EP4 y D194-EP4

De hecho, en los cuatro episodios, el rechazo al grupo migratorio no presente una fuerte carga de enraizamiento, pero sí una densidad mediante la cual se entrelazan los diversos temas y se presenta el rechazo al grupo migratorio. En este mismo sentido, el episodio que arroja mayor enraizamiento en subcategorías como racismo y xenofobia se da en el episodio cuatro. Lo cual

confirma que, conforme la crisis en los sistemas (Sassen, 2006) se agrava durante el proceso de migración, los niveles de polarización aumentan y los medios de comunicación retratan los hechos con una cantidad menos amplia de encuadres. Tal y como señalan (Greussing y Boomgaarden, 2017), durante las fases más intensas de la crisis, los patrones de encuadre de los periódicos sensacionalistas y los medios *de calidad* ⁶se vuelven muy similares.

En este mismo sentido, se puede apuntar a que las declaraciones xenófobas del entonces alcalde de Tijuana pudiesen haber tenido una importante repercusión en la manera en la que las personas reaccionaron en las redes sociales, ya que, como señalan Coletto, Esuli, Lucchese, Muntean, Nardini, Perego y Renso (2016), los discursos políticos de quienes representan a las sociedades de acogida pueden llegar a tener altas repercusiones en la manera en la que las personas reaccionan al fenómeno. Y esto se acentúa tomando en cuenta de que dichas declaraciones fueron realizadas en un programa de televisión del medio Milenio, de alcance nacional, y que luego, estas declaraciones fueron retomadas por gran parte de la prensa nacional e internacional, colocando el tema en la agenda de social, política e informativa de medios y redes sociales.



Imagen 1

¿Cuál fue el papel de los medios en la viralización de tweets de odio?

⁶ Cursivas de los autores.

Para armar este apartado de la discusión, haremos uso principalmente de tres fuentes de información. Se trata de primera descarga piloto de las unidades de análisis para conformar el corpus de análisis temático, los resultados de dos análisis de redes que se llevaron a cabo respecto al proceso de la caravana migrante (Torre, I. O. 2018, 26 noviembre; Sánchez, I. 2018, 7 de noviembre), así como la búsqueda avanzada de notas web que se hayan generado respecto a las reacciones sobre la caravana migrante en Twitter durante el tiempo que comprenden los cuatro episodios.

La primera descarga de unidades de análisis llevada a cabo por el Instituto de Investigación Aplicada y Tecnología (InIAT) de la Universidad Iberoamericana (UIA) sobre el primer episodio de la caravana estuvo conformado casi en su mayoría por RT's. Esto se puede observar en la imagen 2. Decidimos que para esta tesis se incluyeran RT's que estuvieran intervenidos por los usuarios, con el fin de codificar su cita que colocaron al momento de retomar un tweet para participar de la conversación. Los tweets que ingresaron a la muestra son los que hayan incluido el #CaravanaMigrante.

	A	B	C	D	E	F	G
803	801	Sat Oct 20	1.05E+18	10534617	RT @soimamom: @RealJamesWoods I'm a hard working Mom. I	FALSE	
804	802	Sat Oct 20	1.05E+18	10534612	RT @SolArriagaV: Yo pregunto, ¿Si la migración hacia México fue	FALSE	
805	803	Sat Oct 20	1.05E+18	10534610	Al igual que la @CIDH @Almagro_OEA2015 y @OEA_oficial, @Ju	VERDADERO	
806	804	Sat Oct 20	1.05E+18	10534606	RT @RegeneracionMx: Miles de hondureños de la caravana mig	FALSE	
807	805	Sat Oct 20	1.05E+18	10534603	RT @RegeneracionMx: Miles de hondureños de la caravana mig	FALSE	
808	806	Sat Oct 20	1.05E+18	10534602	RT @dharmazul: @jmacalbino @jenarovillamil A quienes dicen	FALSE	
809	807	Sat Oct 20	1.05E+18	10534602	RT @rayleon1515: Le tengo un cariño grande a México porque si	FALSE	
810	808	Sat Oct 20	1.05E+18	10534600	RT @ZazilCarreras: Por cierto, si usted es mexicana o mexicano	FALSE	
811	809	Sat Oct 20	1.05E+18	10534590	RT @rayleon1515: Le tengo un cariño grande a México porque si	FALSE	
812	810	Sat Oct 20	1.05E+18	10534584	RT @soimamom: @RealJamesWoods I'm a hard working Mom. I	FALSE	
813	811	Sat Oct 20	1.05E+18	10534572	RT @ASCHPG: Periodista de @Telemundo viaja en un trailer cor	FALSE	
814	812	Sat Oct 20	1.05E+18	10534572	RT @YepezDra: Déjalos pasar México, son vidas, tratémoslos di	FALSE	
815	813	Sat Oct 20	1.05E+18	10534566	RT @milthroles: Drama Humano Niño de 7 meses muere en la	FALSE	
816	814	Sat Oct 20	1.05E+18	10534566	@FabiMore @Jason01527255 @charliekirk11 STOP the UN #Re	VERDADERO	
817	815	Sat Oct 20	1.05E+18	10534563	RT @SolArriagaV: Yo pregunto, ¿Si la migración hacia México fue	FALSE	
818	816	Sat Oct 20	1.05E+18	10534562	RT @Jualicra: Señor Comisionado de Seguridad Pública: Déjenlo	FALSE	
819	817	Sat Oct 20	1.05E+18	10534550	RT @RegeneracionMx: Miles de hondureños de la caravana mig	FALSE	
820	818	Sat Oct 20	1.05E+18	10534549	RT @SolArriagaV: Yo pregunto, ¿Si la migración hacia México fue	FALSE	
821	819	Sat Oct 20	1.05E+18	10534546	RT @LuisCarmona1117: La asistencia y visión humanitarias debe	FALSE	
822	820	Sat Oct 20	1.05E+18	10534544	Daños tu opinión sobre la #CaravanaMigrante #CaravanaDeMigr	FALSE	
823	821	Sat Oct 20	1.05E+18	10534541	RT @problemaoof: Quedando en ridículo solo por complacer a	FALSE	
824	822	Sat Oct 20	1.05E+18	10534534	RT @SolArriagaV: Yo pregunto, ¿Si la migración hacia México fue	FALSE	
825	823	Sat Oct 20	1.05E+18	10534531	RT @RegeneracionMx: Miles de hondureños de la caravana mig	FALSE	

Tabla 12: Base de datos descarga de prueba: Elaboración propia.

Esto revela que una parte importante de la conversación respecto a la caravana migrante se dio a partir de los RT's, y que los mensajes que se expusieron y que se reprodujeron en la narrativa son en su mayoría de la autoría de un número limitado de usuarios con una centralidad prominente.

Esto permite apuntar a que, si bien los tweets con mayor carga de odio o rechazo se volvieron virales a partir de un determinado número de usuarios; dada su centralidad y el nivel de influencia, la lógica de Twitter llevó a que éstos se posicionaran como los principales en la conversación, influyendo de manera directa en el imaginario colectivo que se generó respecto a la conversación en Twitter respecto a la caravana.

Según el análisis de redes titulado [Cuentas de EU y México, trills y boots usan #CaravanaMigrante para sembrar el racismo en Twitter](#), (Ojeda de la Torre, Sin Embargo, 2018) del medio digital, Sin Embargo, señala que

Un análisis realizado por esta unidad de #MetaDatos arrojó que entre los oponentes a la caravana hay influencia de cuentas estadounidenses que han movilizado campañas de odio hacia los migrantes, con la colaboración de cuentas mexicanas que convergen con corrientes de derecha. La crítica al presidente Andrés Manuel López Obrador también ha sido articulada con el tema. Los bots y los trolls irrumpen en la polémica desde las periferias sin adquirir protagonismo (Torre, (2018, 26 noviembre).

El artículo continúa:

De manera similar a como actuaron los bots en el caso de Cataluña, cuentas con perfiles similares a bots esparcen su discurso de odio contra la Caravana Migrante en Twitter. Usuarios como @PascualineC y @Amidala536 promueven el rechazo a los migrantes hondureños a través de la etiqueta #CaravanaMigrante. En el caso de @PascualineC además de difundir información negativa sobre los hondureños y exigir de manera constante su deportación, confronta a usuarios que en esta discusión presentan centralidad. Portales como @LaIzqDiarioMX periodistas y activistas –entre éstos @AlfredoAlvarez, @tomkucharz y @jmgm22– están entre sus objetivos. (Torre, (2018, 26 noviembre).

Al contrastar esto con lo publicado por el análisis de sentimientos titulado *#CaravanaMigrante, un hashtag que muestra tres Méxicos* (Sánchez, I. 2018, 7 de noviembre), nos damos cuenta de que los retweets con carga negativa fueron impulsados por la misma lógica de Twitter, pero que no todo en la narrativa fue negativo. Este estudio organizó los mensajes en tres categorías: 1- a favor, 2 En contra y 3- Odio irracional (donde se conglomeran todos los mensajes de discriminación severa, que no buscan diálogo, sino externar una opinión violenta). Los resultados indican que “dichas categorías arrojan un 53 % de mensajes de apoyo a favor de la caravana, 25 % en contra de la caravana y un 22 % de mensajes de odio irracional (en suma 47 % de mensajes negativos).

Pero al eliminar los retweets del corpus, los resultados cambian drásticamente:

reduciendo los mensajes positivos y quedando de la siguiente manera: A favor un 38 % total, mientras que los comentarios En contra aumentan a 38 % y el Odio sube un par de puntos, a 24 %; esto significa que los mensajes únicos negativos abarcan un total de 62 % de la conversación.

Es necesario recalcar que este estudio está conformado con unidades de análisis producidas en los primeros días del fenómeno, es decir, la llegada de la caravana a la frontera, el cruce, hasta su llegada a la ciudad de Tapachula, Chiapas.

Al establecer nuestro filtrado de tweets y retweets intervenidos que incluyeron el #CaravanaMigrante de los cuatro momentos mediáticamente más representativos, (es decir, no sólo de la llegada y el cruce), nuestro análisis temático de carácter cualitativo revela que sobresalen los tweets apegados una identidad social alineada hacia el antirracismo, lo cual contrasta con el análisis antes citado.

¿Qué es lo que podría haber ocurrido? La lógica de Twitter posicionó los tweets de odio, contribuyendo a que el clima negativo en la conversación fuese uno dominado por el discurso de rechazo y xenofobia, pero, nuestro análisis temático de las unidades de análisis muestra también que conforme a que la caravana avanzó, la conversación no sólo aumentó de número de tweets, sino que también se conformó una cantidad importante de mensajes que representaron el antirracismo, aunque es necesario aclarar que, por ejemplo, en esta muestra sólo se tomaron los retweets que incluyeran el #CaravanaMigrante.

Los medios retomando las reacciones en Twitter para la generación de contenido

Según la literatura especializada, conforme la crisis de los sistemas y sociales se agrava en procesos de migración, la variedad de encuadres en los medios disminuye, ocasionando una modificación de la cobertura en términos de pluralidad de miradas. Durante las fases más intensas de la crisis de refugiados en Europa en el 2015, “los patrones de encuadre de los periódicos sensacionalistas y los medios *de calidad* se vuelven muy similares” (Greussing y Boomgaarden,

2017, p.1749). Y aunque sea otro el contexto del fenómeno aquí abordado, podríamos decir que la manera de actuar de la prensa en el continente europeo no es muy diferente a la de aquí.

Para poder obtener una fotografía general de cuáles fueron las repercusiones que pudieron haber tenido los medios en la propagación de los mensajes de odio respecto al proceso de la caravana migrante, se llevó a cabo una búsqueda de notas web a través de la sección Búsqueda Avanzada de Google.

La búsqueda se limitó a las fechas que comprenden los cuatro episodios que guiaron la recolección de tweets y el análisis descriptivo de tres de los principales medios de cobertura nacional en México. Así mismo, se colocaron palabras clave como *recciones*, *usuarios*, *caravana migrante*, *redes sociales*.

Tras esta búsqueda, se encontraron 14 notas web que se generaron a partir de las reacciones de usuarios en Twitter durante el 16 de octubre y el 22 de noviembre del 2018. Fueron seleccionadas notas de los siguientes medios:

- 1- Noticieros televisa: En Twitter, Trump agradeció a México y dijo que espera con interés trabajar con nuestro país
Link: <https://noticieros.televisa.com/videos/desperta-con-loret-de-mola-programa-del-19-de-octubre-del-2018/>
- 2- Expansión México: México y migración, dos temas que Trump retomó para su 'timeline' electoral
Link: <https://politica.expansion.mx/mexico/2018/11/06/mexico-y-migracion-dos-temas-que-trump-retomo-para-su-timeline-electoral>
- 3- El Universal: Trump califica de “emergencia nacional” a la caravana migrante
Link: <https://www.eluniversal.com.mx/mundo/trump-califica-de-emergencia-nacional-la-caravana-migrante?fbclid=IwAR0aERQTL-52LL5ksqbOJ8YC7I4Id7YfBqH4j9MuR84VyyYRBxwxXyhQME>
- 4- Dos notas/ La Silla Rota: El otro lado de la caravana migrante; desperdician comida y ropa
Link: <https://lasillarota.com/estados/videos-el-otro-lado-de-la-caravana-migrante-desprecian-comida-y-ropa/257862>
4.1-: VIDEO: “Nos están dando comida cerdos”: migrante hondureña
<https://lasillarota.com/estados/video-nos-estan-dando-comida-para-cerdos-migrante-hondurena/258108>
- 5- El Economista: Trump amenaza a México y Honduras si no frena caravana de migrantes
Link: <https://www.eleconomista.com.mx/internacionales/Trump-amenaza-a-Mexico-y-Honduras-si-no-frenan-caravana-de-migrantes-20180403-0036.html>
- 6- BBC Mundo (América Latina): La caravana que "enfurece" a Trump (y cómo la está usando políticamente a su favor)
Link: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-45885042>

7- Cultura Colectiva: México es racista': una realidad que expuso la Caravana Migrante

Link: <https://news.culturacolectiva.com/mexico/mexico-es-racista-una-realidad-que-expuso-la-caravana-migrante/>

8- La Prensa: Twitter: Donald Trump amenaza con cortar ayuda a Honduras por caravana de migrantes

Link: <https://www.laprensa.hn/mundo/1165478-410/twitter-donald-trump-amenaza-cortar-ayuda-honduras-caravana-de-migrantes>

9- Proceso: El racismo y la xenofobia explotaron en las redes

Link: <https://www.proceso.com.mx/reportajes/2018/10/22/el-racismo-la-xenofobia-explotaron-en-las-redes-214220.html>

10- Noticieros Televisa: Trump: Más soldados son movilizados a la frontera por caravana migrante

Link: <https://noticieros.televisa.com/ultimas-noticias/trump-caravanas-migrantes-mas-soldados-frontera-sur-centroamericanos/>

11- Infobae: Por qué la caravana migrante despertó el lado racista de los mexicanos

Link: <https://www.infobae.com/america/mexico/2018/10/22/por-que-la-caravana-migrante-desperto-el-lado-racista-de-los-mexicanos/>

12- Excélsior: Migrantes desprecian la comida que les ofrecen; prefieren pizza

Link: <https://www.excelsior.com.mx/nacional/migrantes-desprecian-la-comida-que-les-ofrecen-prefieren-pizza/1278700>

13- RT: Una crítica a los frijoles detona comentarios xenófobos contra la caravana de migrantes

Link: <https://actualidad.rt.com/actualidad/296101-mujer-hondurena-mexico-comentarios-racistas-migrantes>

Tras la revisión de estas notas web respecto a los tweets que retoman para construir la noticia, se pueden observar dos detalles que llaman la atención para los fines de esta tesis.

El primero de éstos es que 7 de las 14 notas recolectadas se tratan de las reacciones de Donald Trump en Twitter respecto a la caravana. Estos ya no pueden ser consultados directamente en la red social, ya que la propia plataforma tomó la decisión de suspender la cuenta del ex presidente el 8 de enero del 2021 tras los disturbios en el Capitolio. Las siguientes imágenes refieren a dos notas respecto a las reacciones del Trump en Twitter:



Imágenes 3 y 4: Notas sobre reacciones en Twitter. Fuente Televisa News y La Prensa

El segundo es que, el resto de las notas recolectan tweets de usuarios fueron elegidas a partir de indicadores meramente cualitativos. Es decir, las notas no retoman los tweets de mayor centralidad, sino que, al observar los mensajes, se puede inferir que fueron elegidos por un mero criterio cualitativo del mensaje en lugar de buscar los tweets de mayor centralidad. Las siguientes imágenes ilustran esta idea:



Imágenes 5 y 6: Notas sobre reacciones en Twitter. Fuente: La silla Rota y Cultura Colectiva

Tal y como señala la literatura especializada, 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 “tienen más consecuencias sobre las actitudes, sentimientos e incluso comportamientos hacia los refugiados” (Quinsaot, 2014;

Robin, 2004; Zembylas, 2010, en Nerghes y Lee 2019, pp. 276). Cuando los usuarios hablan en las redes sociales sobre migración de manera negativa, 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).

Dadas las circunstancias del proceso de movilidad humana que en esta tesis se aborda desde la comunicación, se podrían citar varios sucesos ocurridos en los que la confrontación y el señalamiento por conductas inapropiadas hacia el grupo migratorio. Por ejemplo, la confrontación entre policías en la frontera sur de México, en donde los medios circularon constantemente imágenes de integrantes de la caravana que lanzaron rocas a los elementos de la policía, hiriendo a uno de ellos. O a la mujer que se hizo viral luego de que rechazara la comida que se le ofreció, apodada “Lady Frijoles”, en al que la conversación se aglutinó a través del hashtag #LadyFrijoles. Así mismo, en redes sociales circularon videos del supuesto desperdicio de alimentos y ropa por parte de los migrantes, así como el consumo de estupefacientes y alcohol, sobre todo cuando la caravana arribó a la ciudad de Tijuana.

Otra investigación enfocada a la lucha simultánea sobre el significado, la legitimación y el poder en las representaciones en la narrativa de la crisis de refugiados a través de la lente específica de Twitter (Nerghes y Lee, 2018). Los autores señalan que existe una dicotomía 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 (Nerghes, y Lee, 2018, p. 271). Si bien esta investigación se basa específicamente en Twitter, y no en los medios, podemos relacionar esto con la importancia que llega a tener la manera en la que los medios etiquetan sus notas al momento de compartirlas en la red social.

Bajo este contexto y con el apoyo de la literatura especializada podemos apuntar a la hipótesis de que los medios de comunicación web en México ejercieron un papel importante en la propagación de los tweets de odio del entonces presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, pero no fue el mismo caso respecto a los demás tweets de odio de otros usuarios diferentes a los de Trump con mayor centralidad. Con esta discusión desarrollada, podemos apuntar a que los medios

sí contribuyeron a la creación de un imaginario colectivo apegado al odio en redes sociales, pero no contribuyeron exactamente a que los mensajes de odio de otros usuarios distintos a Donald Trump se difundieran a partir de ser incluidos en las notas informativas.

Desafíos metodológicos

Los principales retos metodológicos a los que nos encontramos en el desarrollo de esta tesis fueron principalmente dos. Durante la descarga de unidades de análisis por episodio, en una primera prueba piloto, nos dimos cuenta de que gran parte de los tweets descargados en la muestra se trataba de mensajes retuiteados. Por ello, tuvimos que seleccionar sólo tweets que fueran originales. También se incluyen tweets que hayan retuiteado a un tweet en específico, pero que hayan editorializado o agregado una cita al retweet. Esto con la intención de poder codificar alguno de los temas que emergieran en dicha intervención o cita.

El otro de los desafíos fue que, en la descarga de unidades de análisis, por ser de carácter aleatoria, no se podía comprobar que las reacciones a las notas de los medios seleccionados para el análisis descriptivo estuvieran incluidas en el corpus. Para solucionar este problema, se realizó una búsqueda artesanal de las notas de los tres medios (Televisa, El Universal e Imagen Tv) a través de la sección Búsqueda Avanzada de Twitter. Se anexaron al corpus los tweets de las notas, así como una serie de respuestas (entre 5 y 10, dependiendo la cantidad de respuestas) al tweet del medio.

Limitaciones de la investigación y posibles líneas de acción

Las limitaciones de esta investigación se ciñen en primer lugar a que, por ser un estudio de caso acotado a cuatro episodios del proceso de la caravana migrante, los resultados sólo pueden dar cuenta del periodo estudiado. Es necesario señalar esto tomando en cuenta que en el mes de abril ya se habían dado movilizaciones grupales de personas de países del Triángulo del Norte de Centroamérica hacia México y los Estados Unidos, y se han seguido suscitando desde entonces en su carácter de caravana, aunque la migración centroamericana sea un fenómeno que viene

incrementando de manera exponencial en los últimos diez años (MartínezHernández-Mejía, 2019, Paris P, 2018).

Otra limitante de esta tesis es respecto a la selección de unidades de análisis de Twitter para la elaboración del corpus. Puesto que una parte importante de la conversación en la red social se dio a partir de tweets, la inclusión de mensajes producto de un retweet con cita incluyó solamente mensajes que contaran con el hashtag #CaravanaMigrante, aunque, tomando en cuenta el enfoque cualitativo del análisis temático esta limitante se reduce, ya que el acento de la tesis está puesto en la manera en la que los usuarios tematizaron su intervención en la red social y no en la cantidad de unidades de análisis recolectada.

El número de medios de comunicación que se tomaron para realizar el análisis descriptivo de la cobertura constó de tres medios de comunicación; dos de televisión abierta y el portal web del periódico. Este criterio de selección estuvo basado en que, en la primera observación virtual de la narrativa en Twitter, estos medios estuvieron constantemente referenciados y alimentaron de manera constante la narrativa en Twitter sobre los cuatro episodios a través de las interacciones de las y los usuarios. Este análisis descriptivo es una fotografía general de la manera en que los medios en México retrataron el proceso migratorio, por lo cual no se pueden ofrecer una representatividad de la muestra. Aunque, como la literatura especializada señala en el apartado anterior, los patrones de cobertura de medios sensacionalistas y *de carácter serio* no presentan una variación importante al momento de retratar un proceso de migración cuando éste se convierte en crisis dentro del sistema.

Debido al enfoque cualitativo de esta tesis, lo señalado por el artículo *Cuentas de EU y México, trolls y bots usan #CaravanaMigrante para sembrar racismo en Twitter* respecto a la conformación de comunidades digitales encaminadas a impulsar mensajes de odio en Twitter no se puede comprobar. Para ello se requeriría un análisis de redes minucioso en el que se lograran probar la relación entre diversas cuentas con una centralidad representativa que podría probar la existencia de comunidades en línea que se enfocaron en propagar mensajes de odio en la red social. La conectividad que ofrecen las plataformas de redes sociales también permite a las personas encontrar una comunidad en torno a temas de interés (Bruns, 2012; Willnat, Wong, Tamam, y Aw, 2013) y para conversar, competir y debatir estos temas hasta un punto donde la masa crítica (Marwell y Oliver, 1993) puede ser alcanzado. A medida que se desarrolla este proceso, las redes

sociales fomentan la formación de identidades colectivas que encienden comportamientos de protesta (Dalton, Sickle y Weldon, 2009).

Esto también abre la posibilidad a investigaciones futuras que busquen comprender cómo es que los usuarios en Twitter gestionan la amenaza a su identidad social en próximos procesos de movilidad humana, que son cada vez más comunes y de dimensiones cada vez más críticas a nivel global. Otra posible línea de acción sería estudiar cómo se establecen las comunidades anti inmigración en la red social, la cual pueda dar cuenta de su construcción identitaria digital y las huellas en la identidad social que sus audiencias adoptan o conforman.

Congruencia de las categorías

La operacionalización de las categorías y subcategorías establecidas a priori para el análisis de la gestión de la amenaza a la identidad social resultó funcional, pertinente y acertado, ya que las 7 subcategorías más presentes en los cuatro episodios son las que aglutinan el mayor porcentaje de temas capturados en los tweets.

A lo largo de la codificación, se crearon nuevos códigos: 1- Relación de posturas conservadoras, 2- Sarcasmo, 3- Plegarias de carácter religioso, 4- Indiferencia ante el fenómeno social y 5- Diferenciación por necesidades de movilidad, pero estas no representaron una concurrencia representativa en el análisis. A pesar de ello, se realizó una recodificación en el primer episodio.

Una vez analizado todo el corpus y agregadas las subcategorías emergidas de la codificación, podemos decir que la operacionalización de los conceptos desde la teoría elaborados a priori es funcional para aglutinar los temas que en la conversación se presentaron.

Conclusiones

Los datos obtenidos del análisis temático cualitativo permiten responder a la pregunta principal que guió esta tesis: P1 ¿Cuál fue el proceso de gestión de la amenaza a la identidad social de las y los usuarios en Twitter a partir su reacción ante el imaginario colectivo que crearon, principalmente, los medios de comunicación respecto a la caravana migrante? El proceso de gestión de la amenaza a la identidad concuerda con los postulados de la teoría de la identidad social, ya que se muestra que la interacción en Twitter respecto al proceso migratorio fue un momento en donde las personas vieron de alguna manera su identidad social amenazada, ya sea por el grupo migratorio o al ver socavado el valor de su identidad dentro de su categoría social. Es decir, aquellos usuarios que vieron en las reacciones de usuarios de su misma categoría social entendida tal vez por la dimensión de nacionalidad, se separaron de las acciones de su

endogrupo y las criticaron, puesto que sintieron que las actitudes de rechazo, xenofobia y racismo atentaban contra su identidad social.

Y es esta idea mediante la cual se conecta con la primera pregunta secundaria, que trata de encontrar P2 ¿cuáles son las principales características de las principales identidades sociales que se conformaron en la narrativa de Twitter sobre la caravana migrante? La dimensión de la identidad antirracista corresponde a una que reclama derechos humanos y trata de luchar por la igualdad y los derechos a la movilidad. Procuran el cambio social y reclaman la igualdad, al tiempo de que son conscientes de los motivos que llevan a las personas a migrar, en el caso de los procesos migratorio provenientes de países del Triángulo del Norte de Centroamérica. Por otro lado, la identidad social de las personas que se apegan al rechazo a la inmigración lo hacen desde un principio de la defensa de su grupo o categoría social. El reclamo sobre la situación de legalidad de las personas migrantes demuestra un fuerte sentimiento de defensa que despierta nociones protección a la soberanía de su nacionalidad. Es también una identidad social que se constituye a partir de reacciones de carácter más visceral y menos racional. Son personas que tienen una autocategorización altamente marcada por los rasgos de desempeño laboral de sus connacionales, lo que da paso a la creación exagerada de diferencias y a la evaluación de su grupo siempre por encima del exogrupo, con un bajo sentido de autocrítica o discernimiento.

Y es esta misma situación la que responde a la pregunta sobre P3 ¿qué elementos identitarios activaron principalmente las y los usuarios de Twitter que participaron en la narrativa? El análisis temático permite observar que la diferenciación y la autocategorización son el principal elemento identitario que se activó en la conversación. Los cuestionamientos o diferenciación de las acciones del endogrupo, entendido este como grupo social desde la etiqueta de nacionalidad, fue el tema mediante el cual las y los usuarios buscaron diferenciarse de una actitud de rechazo y xenofobia. En cambio, conforman una identidad antirracista que demanda el bienestar de las personas y responde desde una comprensión más compleja del por qué las personas se ven obligadas a migrar. Pero también la diferenciación corresponde de quienes promueven abiertamente el rechazo se da desde una posición de un supuesto merecimiento y desaprobación del exogrupo. La presentación de los hechos a través de la circulación de videos e imágenes ayudan a reforzar las justificaciones para el rechazo y las evaluaciones de las acciones del grupo migratorio.

En esta misma tesitura, las reacciones del rechazo, el racismo y la xenofobia denotan una carga emocional más importante. Si bien el estudio de las emociones sería otra investigación y esta tesis no puede probarlo, la lectura activa durante la codificación del corpus permite observar en los tweets de rechazo una reacción más visceral. Esto puede apuntalar a lo señalado por Castells (2019) quien señala que el consumo mediático se da con toda la intención de informarnos, sino de confirmarnos. Bajo esta lógica, el consumo cultural de los medios enclavados en un determinado contexto y bajo una lógica homogénea en su cobertura, sí acentuaron una determinada manera de retratar la caravana. Este retrato termina por permear en el imaginario colectivo que ofrece en las afinidades electivas el caldo de cultivo para que las y los usuarios sustraigan de ahí los elementos para comprender el fenómeno migratorio.

Respecto a P4 ¿qué papel jugaron los medios de comunicación en la proliferación de determinados mensajes en Twitter respecto al proceso de la caravana?, se puede apuntar a la hipótesis que los medios de comunicación, en este caso web, pudieron haber contribuido a la proliferación de mensajes de odio, en especial los emitidos por el ex presidente Donald Trump. Los criterios de selección de las notas que no corresponden a las reacciones de Trump, muestran que los mensajes seleccionados no fueron elegidos por un carácter de centralidad, sino por su carga de odio. Esto puede significar que, si bien puede que los medios no hayan servido como combustible para la propagación de dichos mensajes, sí incrementa su visibilidad. Por lo tanto, también en este caso, los medios contribuyeron a una estandarización de un imaginario colectivo cargado hacia la negatividad respecto a las reacciones de las personas y los usuarios hacia la caravana.

1- La gestión de la amenaza a la identidad social de los usuarios de Twitter que participaron en la narrativa respecto a los cuatro episodios seleccionados en esta tesis, revela que la parte más representativa de los usuarios adoptó una autocategorización orientada al antirracismo a través de la desaprobación y el cuestionamiento de las acciones de la sociedad de acogida, la irrupción al discurso racista y el llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio. El análisis temático permite observar que éstos, a través de su participación respecto al tema, presentan una identidad social que se separa del imaginario colectivo que los medios crearon ante

el proceso migratorio, al tiempo que no comparten las justificaciones y las acciones de la parte de su categoría a grupo social entendida esta como sociedad de acogida.

Por lo tanto, no fue congruente con el imaginario colectivo que los medios de comunicación crearon, el cual estaba orientado a la representación de la caravana como una amenaza a la sociedad, así como a la idea de que la reacción de los usuarios en la red social Twitter fue de xenofobia, rechazo, racismo y clasismo. Los datos empíricos permiten interpretar de manera más clara y profunda el complejo proceso mediante el cual los usuarios no aprueban las reacciones y acciones de la parte de su endogrupo o categoría social (sociedad de acogida) y se separaron de éstas, criticando internamente a los integrantes de su endogrupo, lo cual deja ver un interesante proceso de reforzamiento de la identidad social que se asume como agente de cambio social para tratar de disminuir las actitudes de xenofobia y racismo.

La perspectiva del análisis cualitativo en las unidades de análisis recolectadas en Twitter también permite observar un rechazo predominante en los cuatro episodios al imaginario colectivo que los medios generaron ante el proceso migratorio. Este se dio mediante una serie de complejas conexiones entre la irrupción al discurso racista, el cuestionamiento a las acciones del endogrupo, el llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio, muestras que las justificaciones para el apoyo del grupo migratorio encontraron una diversa cantidad de conexiones entre los demás temas o subcategorías que emergieron en el análisis.

Esto permite observar que el antirracismo se compuso de una manera compleja en la que la parte de usuarios alineados a esta identidad social es consciente de las diversas dimensiones o razones por las que las personas eligen o se ven forzadas a emigrar. Encuentran en este contexto una serie de razones para reforzar su identidad social apegada a los derechos de movilidad. Es decir, a la colaboración entre grupos y/o categorías sociales haciendo un llamado a la acción a otros grupos o categorías sociales que difumina la diferenciación por clase social u orientación política y también apelando a la separación o diferenciación de aquellos individuos de su endogrupo con los que no comparten visiones, sin importar ser juzgados como outsiders de la categoría o grupo social al que pertenecen.

La gestión de la amenaza a su identidad social se da en la diferenciación de la parte de su endogrupo que apela al racismo y la xenofobia. Éstos ven en esas actitudes la parte de amenaza a su identidad social, entendiendo el proceso de gestión de la identidad social como el proceso que comprende la reacción de la sociedad de acogida en general.

2- La parte de los usuarios que son congruentes a la narrativa mediática alineada a la conformación de una imagen de la caravana como una amenaza a la economía, a la seguridad y la soberanía de la sociedad de acogida encuentran en el consumo cultural de estas narrativas una confirmación de su identidad social reaccionaria a una idealización de amenaza a su endogrupo. Las condiciones contextuales en las que se desarrollan en los hechos, aunados a la narrativa generalizada de peligro latente, pudo haber sido el detonador en esta parte de los usuarios para reacciones de carácter nacionalista y de xenofobia alineados a los ideales de la ultra derecha asociada a las demandas de este sector perteneciente a los Estados Unidos. Estos elementos pudieron haber sido sembrados y reactivados por el discurso xenófobo de Donald Trump, constantemente presentes en el entorno mediático en México.

La situación de polarización en la discusión sobre el proceso de inmigración también corresponde al contexto de incertidumbre en el que la sociedad de acogida se encontraba. El momento de transición política que vio el país con la victoria del entonces Presidente Electo, Andrés Manuel López Obrador ante la salida del Gobierno de Enrique Peña Nieto, en conjunto con las amenazas políticas de Donald Trump, encaminadas las repercusiones en la economía nacional que podrían darse si las autoridades nacionales no “detenían” el avance de la caravana, pone en el centro del debate para este sector de los usuarios, la legitimidad de las demandas, las acciones y justificaciones del exogrupo. Esto provocó que, ante semejantes amenazas al grupo de acogida, las personas reaccionaran con una serie de justificaciones para el rechazo y el llamado a la acción en contra del grupo migratorio apegadas a la situación legal, dando pie al etnocentrismo, la xenofobia y el racismo.

Los elementos nacionalistas y etnocéntricos utilizados para el rechazo también responden a una dimensión identitaria de la sociedad de acogida que vio en la caravana migrante un peligro hacia la imagen de la migración de integrantes de su endogrupo hacia los Estados Unidos, ya que el autoenaltecimiento producto de la comparación y efecto espejo encuentra en los atributos

negativos de la comunidad inmigrante un potente elemento de diferenciación alineado a las justificaciones del por qué “ellos” no merecen emigrar a los Estados Unidos ni quedarse en México y el por qué “nosotros” sí lo merecemos.

Los usuarios congruentes a la narrativa generalizada, al menos en los cuatro episodios seleccionados, encontraron en esta un momento, un espacio y un medio para reconocerse y reafirmar su identidad social congruente con sus ideales, sus códigos sociales y su autocategorización. Reforzando así su orientación hacia el expgrupo que representó ante su realidad una amenaza a sus valores, sus códigos y sobre todo la amenaza a la imagen de su grupo o categoría social. Por ello, ante su contexto bajo amenaza, sus acciones son justificables sin importar que estas lleven a la violencia física y la aplicación de la brutalidad policial con el fin de proteger la estabilidad de su grupo social.

La manera en la que los temas se conjugan y configuran las categorías principales de diferenciación y autocategorización de grupos sociales emergidas del análisis permiten apuntar a un proceso variado de maneras en que los usuarios seleccionaron diferentes estrategias para conformar su identidad. Por ejemplo, el antirracismo y la nacionalidad se cruzan en el episodio dos mediante el cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo y el llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio como los principales temas. Esto representa una identidad social de la parte más representativa en la narrativa apegada a ideales de la colaboración entre grupos, la defensa de los derechos a la movilidad humana y al cambio social en pro de los derechos humanos.

Por otro lado, en los episodios 1 y 2, el rechazo al grupo migratorio encontró conexiones con la tematización de la nacionalidad y la presentación de los hechos. Esto apunta a que la identidad social de quienes se alinearon a la narrativa mediática que retrató a la caravana migrante como una amenazas ajustaron su elementos identitarios a partir de la presentación de los hechos ocurridos en la frontera sur, es decir, del conflicto entre la caravana y los cuerpos policiales, mientras que en el episodio 2, cuando el momento de tensión social aumentó en la ciudad de Tijuana, también la presentación de los hechos y la los cuestionamientos a las acciones del grupo migratorio fungieron como conductos para la justificación al rechazo del grupo migratorio, dando pie a reacciones discriminatorias cargadas de racismo y xenofobia.

3- La categoría del cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo resultó ser la más presente en los cuatro episodios analizados, así como la de la irrupción al discurso racista, a excepción del cuarto episodio (Impacto en la economía y/o seguridad). Esto indica que, por lo menos en el periodo estudiado en esta tesis, y con los mensajes que incluyeron el hashtag #CaravanaMigrante, las y los usuarios reforzaron su identidad social antirracista a través de la interacción en Twitter. Utilizan diversas dimensiones identitarias, así como elementos discursivos para establecer una postura que rechaza el imaginario colectivo que representa a la sociedad mexicana como una xenófoba y racista, como lo fue el caso de la entrevista del medio Deutsche Welle al ex presidente de Uruguay, José Mujica, en donde el ex mandatario aprueba la tradición de México como con larga data de tradición histórica como nación de apertura a las y los refugiados. Este fragmento circuló de manera importante, sobre todo en los dos últimos episodios seleccionados en esta tesis. Así mismo, el hashtag #NoSeamosTrump, que se suscitó como etiqueta durante algunos momentos del paso de la caravana por territorio mexicano, representa un llamado a la acción referente al antirracismo.

Por otro lado, a través de elementos identitarios de nacionalidad y presentación de los hechos, así como el rechazo abierto al grupo migratorio, las personas congruentes a la narrativa mediática entendieron el proceso migratorio como una amenaza a varias dimensiones de su vida, como lo son la estabilidad económica, la seguridad social, sobre todo, la amenaza a su identidad social autopercibida. En la búsqueda de la defensa del endogrupo, la amenaza a la identidad social se manifestó por medio de la tematización de las dimensiones antes mencionadas, principalmente. La presentación de los hechos como recurso de circulación de contenidos que representaran a las y los integrantes de la caravana como personas agresivas, delincuentes, que desperdiciaban los alimentos y que consumían alcohol y estupefacientes, fueron los contenidos que dieron paso a un fuerte proceso de reajuste o reforzamiento de la identidad que valida las acciones de la parte de su grupo que rechaza y que también evalúa las acciones de los sujetos de cobertura de manera negativa y que potenciaron la circulación de estos contenidos.

Desde la lente que nos ofrece la teoría de la identidad social, podemos entonces señalar que los procesos de movilidad, ajuste, conformación y reforzamiento de la identidad social se gestaron de manera importante en la interacción a través de Twitter. Es un momento más para comprobar que la identidad social no es algo que se da en un solo momento, sino que

experimenta cambios y ajustes a partir de la información que las y los sujetos adquieren para comprender su realidad. Estos procesos dependen, como lo señala también esta teoría, de los contextos en los que las personas se encuentren, así como los códigos culturales que en sus grupos se establezcan a través del proceso. La interacción social en Twitter puede también establecer un momento privilegiado para comprender de mejor manera los procesos de migración, y es por ello que también el papel de los medios de comunicación en cuanto a la generación y circulación de sentido es vital.

4- La reacción generalizada de la sociedad en Twitter no fue del todo de rechazo y xenófoba, como se ha venido creyendo gracias al imaginario colectivo que los medios instalaron e impulsaron. También existió una fuerte carga de la narrativa que rechazó este imaginario y que instaló en la narrativa otras perspectivas alineadas a sus demandas y justificaciones apegadas al antirracismo. La lógica de Twitter que fortalece determinados mensajes a través del retweet creó una sensación de que la mayoría de mensajes fueron de carga negativa, pero, una vez que la narrativa se aborda desde una perspectiva cualitativa, se puede observar que existió una narrativa que desafía al imaginario colectivo de los medios y a quienes tienen un proceso de decodificación congruente con la narrativa mediática.

Producto de la observación virtual de notas informativas creadas en torno a las reacciones de usuarios en redes sociales, en especial en Twitter, se puede inferir que los medios seleccionaron mensajes de la red social a partir de un criterio meramente cualitativo, en el que incluyeron mensajes con la mayor carga de odio, sin necesidad de que fueran mensajes con un número de centralidad considerable para referir, aunque eso no significa que no haya habido una carga importante de rechazo en la narrativa, por lo menos en los días en los que los cuatro episodios transcurrieron.

En este mismo sentido, los medios de comunicación sí jugaron un papel fundamental en la proliferación del discurso de odio del ex presidente de los Estados Unidos, Donald Trump. Así lo deja ver la observación virtual de notas web elaboradas en torno a las reacciones ante la caravana migrante en redes sociales. Esto pudo haber tenido un alto impacto en la manera en las reacciones de los usuarios en México, ya sea a favor o en contra del grupo migratorio, puesto que fue también constantemente replicado en otros medios de comunicación como prensa, radio y

televisión. Esto se puede constatar en el análisis descriptivo de los tres medios que se revisaron para crear la fotografía general de la narrativa mediática en México, tomando en cuenta que son tres de los medios más influyentes en la agenda social e informativa de México por su nivel de rating y tomando en cuenta los postulados de la *intermedia agenda setting* (Vonbun, Königslöw y Schoenbach, 2016).

5- Las personas encontraron en la narrativa sobre la caravana migrante un momento y en Twitter un espacio ideal para reafirmar su identidad social, sin importar su postura ante el fenómeno social. Quienes hicieron explícito su rechazo y se alinearon a la narrativa de conflicto y rechazo de los medios reafirmaron a través de su interacción una identidad social determinada por su construcción identitaria xenófoba y racista en búsqueda de la protección a su grupo o categoría social. También, estas reacciones pudieron haber sido el motor para canalizar la amenaza a su seguridad en cuanto términos económicos. La reafirmación de esta identidad no hace más que confirmar lo señalado por Manuel Castells, quien señaló que “consumimos medios no para informarnos sino para confirmarnos”, (Fontevicchia, J. (2019, 17 noviembre) y con ello seguir reforzando su identidad social, ya que, como señala Erich Fromm, “la necesidad de un sentimiento de identidad es tan vital e imperativa que el hombre no podría estar sano si no encontrara algún modo de satisfacerla” (Telefónica, 2013 p.3).

Pero también en el lado opuesto del antirracismo, más presente en el análisis temático, la participación en la búsqueda de instalar nuevos enfoques de la crisis humanitaria y de apoyo al grupo migratorio confirman una lectura no congruente de la narrativa de los medios de comunicación, encontrando en su participación a través de Twitter un momento privilegiado para el reforzamiento de su identidad social antirracista y de cambio social.

6- La baja tematización de categorías como diferenciación por clase social o grupo étnico, aparejadas de una alta presencia de tematización del impacto en la economía o la seguridad del endogrupo, así como la manera en que estas se cruzaron en la tematización, revela entonces que el rechazo abierto a los integrantes de la caravana fue a partir de expresar las preocupaciones de la sociedad de acogida respecto a la amenaza en términos económicos que las personas migrantes representaban. Es decir, categorizaron a las personas migrantes como personas de clase económica y social baja, que representaban para ellos una amenaza a su

estabilidad económica y a su estatus autopercebido, lo que lleva entonces a relacionar que estas actitudes de rechazo son propias de la aporofobia, concepto desarrollado por la filósofa española Adela Cortina (Cortina, A, 2017). *Aporofobia, el rechazo al pobre: un desafío para la democracia*. A través de este concepto desarrollado en libro antes citado, Cortina explica el rechazo que las sociedades de acogida presentaron durante la crisis de refugiados en Europa durante los años 2015 y 2016, principalmente. La aporofobia, como señala Adela Cortina

es lo que alimenta el rechazo a inmigrantes y refugiados. No se les rechaza por extranjeros, sino por pobres. Nadie pone reparos a que un jeque árabe se instale en un país europeo, ni a facilitar la residencia a un futbolista famoso (recuperado de Oliva (2018, 4 enero). *EL PAÍS: el periódico global: Aporofobia, el miedo al pobre que anula la empatía.*)

7- La gestión de la amenaza a la identidad social también representa un transitar en el que, al transcurrir la crisis migratoria, social y humanitaria representa un escenario ideal para el ajuste y el reforzamiento de las identidades sociales a partir del consumo cultural y la interacción, la participación y el intercambio de contenidos mediáticos en Twitter. A través de este proceso de mediatización y consumo mediático, las personas pueden comprender de mejor manera las razones, las complejidades y las diferentes necesidades de un fenómeno social como lo es una crisis humanitaria de la índole de la caravana migrante. Esto puede tener repercusiones en la configuración de sus elementos identitarios, reafirmando sus identidades sociales y diluyendo los componentes identitarios anteriores.

8- Si bien esta tesis no logra probar la existencia de comunidades en Twitter que se hayan organizado para establecer una narrativa de odio e impulsar ideales y justificaciones para el racismo propios de un discurso de la ultra derecha, sí permite observar una fuerte comunidad que comparte dichos ideales y actitudes. No obstante, el sentido de comunidad en línea no puede darse sin la participación y la interacción de un determinado volumen de integrantes de esta comunidad, porque, como señalan Jäkälä y Berki (2013 p.2), “el sentido de comunidad es una de las características sociales importantes que dan forma a las cualidades sociales de los miembros de una comunidad en línea”. Por ello, se puede decir que a través de la interactividad con otros usuarios y en la recirculación de la narrativa creada por los medios de comunicación, los usuarios alineados al rechazo encontraron en Twitter una comunidad en la que reforzaron su

identidad social ante grupos o categorías sociales a las que no pertenecen lo cual representa un desafío para la reducción de la discriminación y los crímenes de odio hacia las personas en situación de refugio y/o migración, puesto que “el surgimiento del software social y las redes sociales en línea imponen nuevos desafíos para la ley; la seguridad y la confianza, la identidad y la interacción” (Kollock, 1999, Kimppa, 2007; Berky et al, 2007 en Jäkälä y Berki, 2013 p.2).

9- Esta tesis también permite pensar a la red social Twitter como un espacio en donde las identidades sociales se conforman, se ajustan y se refuerzan durante un proceso de movilidad humana. En ella, emergen a través del análisis temático cualitativo los elementos identitarios que componen la componen, al tiempo de que dejan ver los complejos procesos que entrelazan al campo de la psicología social y cómo se entrecruzan con la comunicación. La acción, la participación y la mediatización, así como el consumo cultural son altos componentes en el ajuste de las identidades sociales de individuos cada vez más enlazados entre lo que ocurre en el espacio público en línea y la realidad física. Lo cual nos permite apuntar hacia una conformación de las identidades sociales en las que se podría decir que existe ya casi una línea difuminada entre la manera en la que los individuos se autoconciben en la virtualidad.

10- El estado de la cuestión permitió constituir un objeto de estudio que comprende las complejas relaciones que constituyen el actual proceso de consumo de productos culturales, en específico el de noticias informativas en el que confluyen diversos actores que intercambian, consumen, crean y resignifican información que constituye la realidad de las sociedades, impactando con ello en la interacción simbólica en la cual está basada en la conformación de la identidad social. Si bien las investigaciones aquí referidas no representan exactamente el abordaje teórico-metodológico con el que la tesis se desarrolla, sí permitieron generar una lente apropiada para el abordaje de un proceso de comunicación desarrollado en torno a la movilidad humana.

11- El abordaje teórico permite explorar cómo es que las personas que participaron en la narrativa de Twitter gestionan sus identidades sociales tras el proceso de recepción de un producto mediático, para luego ordenar su realidad, entender su rol en ésta y crear su autocategorización de grupo social y la categorización de “los otros”. Este estará mediado por

sus conocimientos e informaciones previas a los fenómenos de inmigración, así como a los códigos y reglas sociales que le rodean. También, permite reafirmar la idea de que la interacción en redes sociales es un proceso de constante reforzamiento, conformación y ajuste de la identidad social. Es también un espacio en donde la agencia individual de cada usuario transita por un complejo proceso de interacción mediante el cual modifica y resignifica su lugar en el mundo, al tiempo de que aprende y comprende sobre “los otros” para organizar su realidad. Una realidad cada vez más compleja en la que la interconectividad liga de manera más constante y compleja la relación entre los individuos respecto a lo que los constituye en el espacio público digital.

12- La tematización de las unidades de análisis permite observar una lista robusta y concreta de elementos identitarios que fueron utilizados en la discusión. Mediante estos, los usuarios desempeñaron un proceso de ajuste, reforzamiento y configuración de su identidad social lo suficientemente representativo para alumbrar la compleja efervescencia de procesos identitarios que se presentó en la red social al hablar de un tema tan controvertido como lo es la inmigración en un país como México. Estos elementos concretos pueden servir de guía para futuras investigaciones que aborden procesos de migración en el campo de la comunicación.

13- Puesto que el acento en esta tesis está puesto en la gestión de la amenaza a la identidad social de los usuarios en Twitter y no en la causalidad directa de la cobertura de los medios y el impacto en las reacciones de las y los usuarios, podemos apuntar a la hipótesis de que los medios de comunicación pudieron haber contribuido a generar un clima de cierto odio respecto a la reacción generalizada de los usuarios en Twitter. Para probar esto, se podría desarrollar un análisis de contenido o de sentimientos computarizado de los tweets generados en estos cuatro episodios, así como un análisis más profundo de encuadre de las notas que se hayan producido respecto a las reacciones.

14- Finalmente, esta tesis puede ofrecer un panorama para formular nuevas preguntas y líneas de acción. Una de estas podría ser un análisis de carácter cuantitativo que analizara un corpus más extenso de unidades de análisis respecto a los cuatro episodios aquí establecidos. Otra podría ser de corte cualitativo, que explorara la conformación de la identidad digital de los perfiles con mayor centralidad en la discusión y ver también cuál es su nivel de agencia en la

identidad social de quienes retoman, resignifican e impulsan dichos mensajes generados por determinados usuarios más influyentes.

Bibliografía

- ¿Qué es el racismo, qué es el Antirracismo y qué acciones podemos tomar para ser antirracistas? (2020, 25 agosto). [Vídeo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Sej9d14ogzM&ab_channel=GiselaCarlosFregoso
- Abrams, D., & Hogg, M. A. (1988). Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European journal of social psychology, 18*(4), 317-334.
- Abrams, D., & Hogg, M. A. (2010). *Social identity and self-categorization* (pp. 179-93). The SAGE handbook of prejudice, stereotyping and discrimination.
- Abu-Warda, N. (2008). Las migraciones internacionales. *Ilu. Revista de Ciencias de las Religiones, 33*-50. [file:///C:/Users/PC/Downloads/26990-Texto%20del%20art%C3%ADculo-27009-1-10-20110607%20\(2\).PDF](file:///C:/Users/PC/Downloads/26990-Texto%20del%20art%C3%ADculo-27009-1-10-20110607%20(2).PDF)
- Alinejad, D., & Ponzanesi, S. (2020). Migrancy and digital mediations of emotion. *International Journal of Cultural Studies, 23*(5), 621-638.

- Alonso, M. (2011). Televisión, audiencias y estudios culturales: reconceptualización de las audiencias mediáticas. *Razón y palabra*, 75. http://httpwww.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/04_Alonso_M75.pdf
- Andén-Papadopoulos, K., & Pantti, M. (2013). Re-imagining crisis reporting: Professional ideology of journalists and citizen eyewitness images. *Journalism*, 14(7), 960-977.
- Arcila-Calderón & J. Amores. (2020, 31 diciembre). *Detección automática del discurso de odio en Twitter en español usando clasificación supervisada* [Divulgación científica]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=dUythYHnXYk&t=169s&ab_channel=ObservatoriodelosContenidosAudiovisuales
- 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. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-47093-1_20
- Berger, P. L., Luckmann, T., & Estruch, J. (1997). *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona: Paidós
- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1994). Collective self-esteem consequences of outgroup derogation when a valued social identity is on trial. *European Journal of Social Psychology*, 24, 641–657. doi:10.1002/ejsp.2420240603
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1191/1478088706QP063OA>
- Brewer, M. B., & Campbell, D. T. (1976). *Ethnocentrism and intergroup attitudes: East African evidence*.
- Calderón, C. A., Herrero, D. B., & Apolo, M. B. V. (2020). Rechazo y discurso de odio en Twitter: Análisis de contenido de los tuits sobre migrantes y refugiados en español. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (172), 21-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7586919>
- Califano, B. (2015). Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. *Revista mexicana de opinión pública*, (19), 61-78. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S244849112015000200007&script=sci_arttext&tlng=en
- Calvert, C. (1997). Hate speech and its harms: A communication theory perspective. *Journal of Communication*, 47(1), 4-19.
- Camhaji, E. (2018, 17 noviembre). El alcalde de Tijuana arremete contra la caravana de emigrantes. *EL PAÍS*. https://elpais.com/internacional/2018/11/17/mexico/1542412389_526379.html

- Campos-Domínguez, E. (2017). Twitter y la comunicación política. *El profesional de la información* (EPI), 26(5), 785-793. <http://www.elprofesionalde lainformacion.com/contenidos/2017/sep/01.html>
- Caravanas de migrantes centroamericanos rumbo a Estados Unidos. (2018, octubre). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. https://es.wikipedia.org/wiki/Caravanas_de_migrantes_centroamericanos_rumbo_a_Estados_Unidos
- Castellanos -Díaz, J., & Prada-Penagos, R. (2019) Representaciones de los migrantes venezolanos en los diarios fronterizos colombianos. [file:///C:/Users/PC/Downloads/65508-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456589715-1-10-20200622%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/65508-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456589715-1-10-20200622%20(1).pdf)
- Castells, M. (2021, 16 enero). ¿Redes libres? *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/opinion/20210116/6183689/redes-libres.html>
- Chetty, S. (1996). The case study method for research in small-and medium-sized firms. *International small business journal*, 15(1), 73-85.
- Childs, M. (2010). A conceptual framework for mediated environments. *Educational research*, 52(2), 197-213. <http://dx.doi.org/10.1080/00131881.2010.482738>
- Colaboradores de Wikipedia. (2020b, agosto 23). *Black Lives Matter*. Wikipedia, la enciclopedia libre. https://es.wikipedia.org/wiki/Black_Lives_Matter
- Colegio de la Frontera. 2020. Caravanas migrantes de Centroamérica. Recuperado de: <https://www.colef.mx/estemes/caravanas-migrantes-de-centroamericanos/>
- 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. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/7752401/>
- Consejo Nacional de Población. 2020, *Conapo* y UNFPA Plan de Trabajo 2020. Recuperado de <https://www.gob.mx/conapo>
- Cortina, A. (2017). *Aporofobia, el rechazo al pobre: un desafío para la democracia*. Barcelona: Paidós. <http://mientrastanto.org/sites/default/files/pdfs/3707.pdf>
- Costanza-Chock, S. (2014). *Out of the shadows, into the streets!: Transmedia organizing and the immigrant rights movement* (p. 296). The MIT Press. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/26053>
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity. <http://eprints.lse.ac.uk/50666/>

- De Amin, M.A.A.L.O.U.F. (2008) Identidades Asesinas *Cartaphilus*, 3, 205-212. Maalouf, A. (2012). *Identidades asesinas*. Alianza editorial.
- de Saint Laurent, C., Glaveanu, V., & Chaudet, C. (2020). Malevolent creativity and social media: Creating anti-immigration communities on Twitter. *Creativity Research Journal*, 1-15. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10400419.2020.1712164>
- Del Prete, A., & Redon Pantoja, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-69242020000100086&script=sci_arttext&tlng=e
- 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. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7489877>
- 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. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=105553>
- Dolina. A. (1991) El Libro del Fantasma, Ed, Colihue.
- 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. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23808985.2018.1497452>
- Ellemers, N. (1993). The influence of socio-structural variables on identity management strategies. *European review of social psychology*, 4(1), 27-57. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14792779343000013>
- European Journal of Social Psychology, 5, 1–34. doi:10.1002/ejsp.2420050102
- Fink, J. S., Parker, H., Martin, B., & Higgins, J. (2009). Off-field behavior of athletes and team identification: Using social identity theory and balance theory to explain fan reactions. *Journal of Sport Management*, 23, 142–155. <https://journals.humankinetics.com/view/journals/jsm/23/2/article-p142.xml>
- Fink, J. S., Parker, H., Martin, B., & Higgins, J. (2009). Off-field behavior of athletes and team identification: Using social identity theory and balance theory to explain fan reactions. *Journal of Sport Management*, 23, 142–155.
- Fontecvecchia, J. (2019, 17 noviembre). Manuel Castells: «Consumimos medios no para informarnos sino para confirmarnos». *Perfil*. <https://www.perfil.com/noticias/periodismopuro/manuel-castells-consumimos-medios-no-para-informarnos-sino-para-confirmarnos.phtml>
- Forni, P., & Grande, P. D. (2020). Triangulación y métodos mixtos en las ciencias sociales contemporáneas. *Revista mexicana de sociología*, 82(1), 159-189.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-25032020000100159

- 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*.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2747066
- Gall, O. (2016). Hilando fino entre las identidades, el racismo y la xenofobia en México y Brasil. *Desacatos*, (51), 8-17.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2016000200008
- 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.
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/229213>
- Ganda, M. (2014). Social media and self: Influences on the formation of identity and understanding of self through social networking sites.
<https://pdxscholar.library.pdx.edu/honorstheses/55/>
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México.
- Giménez, G. (2007). La identidad social o el retorno del sujeto en sociología. *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, (2), 183-205.
<https://versionojs.xoc.uam.mx/index.php/version/article/view/24>
- Giménez, G. (2018). Materiales para una teoría de las identidades sociales.
<http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/2229>
- Ginger, J. (2008). The Facebook project-Performance and construction of digital identity.
<https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/8818>
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Hawthorne, NY: Aldine.
- 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.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369183X.2017.1282813>
- Güell, P., Peters, T., & Morales, R. (2012). Individuación y consumo cultural: las afinidades electivas. *La trama social de las prácticas culturales*, 21-49
https://www.researchgate.net/profile/Rommy-Morales-Olivares/publication/318673694_Individuacion_y_consumo_cultural_las_afinidades_electivas/links/59771b84a6fdcc8348b1733f/Individuacion-y-consumo-cultural-las-afinidades-electivas.pdf
- Gunduz, U., & Pembecioglu, N. (2014). The role of social media in the sharing and delivery of authoritative and governmental issues. *European Journal of Research on*

- Habermas, J. (1986). La esfera de lo público. *Revista de Ciencias Sociales*, n. 1, pp. 7-10.
- Hargittai, E., & Hsieh, Y. P. (2012). Succinct survey measures of web-use skills. *Social Science Computer Review*, 30(1), 95-107.
- 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.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369183X.2019.1665990>
- Heidenreich, T., Lind, F., Eberl, J. M., & Boomgaarden, H. G. (2019). Media Framing Dynamics of the ‘European Refugee Crisis’: A Comparative Topic Modelling Approach. *Journal of Refugee Studies*, 32(Special_Issue_1), i172-i182.
https://academic.oup.com/jrs/article-abstract/32/Special_Issue_1/i172/5688809
- 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.
- Hidalgo Toledo, J. A. (2014). Hipermediatización: cambios estructurales y presentación del yo de las generaciones mediáticas: prácticas performativas en la construcción de las constelaciones e i-identidades hipermediales.
- Hodkinson, P. (2017). Bedrooms and beyond: Youth, identity and privacy on social network sites. *New Media & Society*, 19(2), 272-288.
https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444815605454?casa_token=NEUiWNAW7EAAAAA%3Arv9pDcS-Lm286jA9zyUTInMDkaCjogWj5d4eDAY8TGX9DroelbU6ongDhZ0xFJgc-tf_6iM9hQiskw
- Hogg M. A. (2016). Social Identity Theory. En S. McKeown, R. Haji & N. Ferguson (eds), *Understanding Peace and Conflict Through Social Identity Theory* (pp. 3-17). Peace Psychology Book Series: Springer, Cham.
<https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9781503605626-007/html>
- Hogg, M. A., & Wagoner, J. A. (2016). Normative exclusion and attraction to extreme groups: Resolving identity-uncertainty. In *Ostracism, exclusion, and rejection* (pp. 217-233). Routledge
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315308470-19/normative-exclusion-attraction-extreme-groups-resolving-identity-uncertainty-michael-hogg-joseph-wagoner>
- Hogg, M. I. C. H. A. E. L. (2020). Teoría de la identidad social. *Universidad de Buenos Aires*.
<https://www.bibliopsi.org/docs/carreras/obligatorias/CFG/03social/wainstein/prim%20er%20cuatrimestre%202020/unidad%203/Hogg%20-%20Identidad%20Social.pdf>
- Holmes, S. M., & Castañeda, H. (2016). Representing the “European refugee crisis” in Germany and beyond: Deservingness and difference, life and death. *American*

- Hornsey, M. J. (2005). Why being right is not enough: Predicting defensiveness in the face of group criticism. *European review of social psychology*, 16(1), 301-334. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10463280500436040>
- Huerta, A. V., & McLean, L. (2019). Caravanas de migrantes en México: nueva forma de autodefensa y transmigración. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, (122), 163-185. <https://www.raco.cat/index.php/RevistaCIDOB/article/view/360498>
- i Llombart, M. P., & Serrano, F. J. T. (2004). La identidad (el self). *Ibáñez, T., Botella, M., Samuel, J., Martínez, L., Pallí, C., Pujal, M. y Tirado, F.(Comp.) Introducción a la psicología Social. España: Ed. OUC.*
- Jäkälä, M., & Berki, E. (2013). Communities, communication, and online identities. In *Digital identity and social media* (pp. 1-13). IGI Global. <https://www.igi-global.com/chapter/content/72376>
- Jaramillo-Dent, D., & Pérez-Rodríguez, M. A. (2019). # MigrantCaravan: The border wall and the establishment of otherness on Instagram. *New Media & Society*, 1461444819894241. https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444819894241?casa_token=mjgs2AItYQIAAAAA%3ADnE_gPwvbhkPmRJ2YedhqlT3pJxiOfJ-z02dYzv5bl-sFwlre8K2_LOK9hk2cyvmcrxVLeRTmis6kQ
- José María García-Miguel. Filosofía y Letras Zaragoza, 12 de nov. 2019, José María García Miguel: Lingüística del corpus. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gOuMqa0QNEA>
- Kassing, J. W., & Sanderson, J. (2009). "You're the kind of guy that we all want for a drinking buddy": Expressions of parasocial interaction on Floydlandis.com. *Western Journal of Communication*, 73(2), 182-203. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10570310902856063>
- Kassing, J. W., & Sanderson, J. (2015). Playing in the new media game or riding the virtual bench: Confirming and disconfirming membership in the community of sport. *Journal of Sport and Social Issues*, 39(1), 3-18. https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0193723512458931?casa_token=8mSw_sxbtpYAAAAA%3A5RDgp1rjBnEnFYICo6Nkg8fUJYMggzyJZLkm7hF-NKELSWNJJDGpx-rUFwlWXVaaHfPgk8C8GxooJuw
- Klein, O., Spears, R., & Reicher, S. (2007). Social identity performance: Extending the strategic side of SIDE. *Personality and Social Psychology Review*, 11(1), 28-45. https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1088868306294588?casa_token=I1XzowQQ4Y4AAAAA:7_2Xgi1NZa3u7vDRhA5L8cGgAaks_1ChFI-J_jKPAJemUHJZzoizbhknmfUqJGQ0OODdv2nBuLYYzw
- Knoll, B. R., Redlawsk, D. P., & Sanborn, H. (2011). Framing labels and immigration policy attitudes in the Iowa caucuses: "Trying to out-Tancredo Tancredo". *Political Behavior*, 33(3), 433-454.

https://idp.springer.com/authorize/casa?redirect_uri=https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11109-010-9141-x.pdf&casa_token=I3nYXbzKwHkAAAAA:sJnkpHzCQaFUHDYRPxE24rKBJPpzyr9x6nIqSbWdNdKwAtwxgIxLh-uh3LeaL11OaoWM68HoI_51OunRWIs

- Konnolly, A. (2015). # Activism: Identity, affiliation, and political discourse-making on Twitter. *The Arbutus Review*, 6(1), 1-16.
<https://journals.uvic.ca/index.php/arbutus/article/view/15070>
- Kreis, R. (2017). # refugeesnotwelcome: Anti-refugee discourse on Twitter. *Discourse & Communication*, 11(5), 498-514.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750481317714121>
- Kreis, R. (2017). The “tweet politics” of President Trump. *Journal of Language and Politics*, 16(4), 607-618.
<https://www.jbe-platform.com/content/journals/10.1075/jlp.17032.kre>
- Las caravanas de migrantes, su representación política y los derechos humanos de los migrantes | El Colegio de la Frontera Norte.* (2018). El Colegio de la Frontera Norte.
<https://www.colef.mx/noticia/las-caravanas-de-migrantes-su-representacion-politica-y-los-derechos-humanos-de-los-migrantes/>
- Lee, J. S., & Nerghes, A. (2018). Refugee or migrant crisis? Labels, perceived agency, and sentiment polarity in online discussions. *Social Media+ Society*, 4(3), 2056305118785638.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305118785638>
- Linne J. W., & Angilletta, M. F. (2016). Violencia en la red social: Una indagación de expresiones online en adolescentes de sectores populares marginalizados del Área Metropolitana de Buenos Aires. *Salud Colectiva*, 12(2), 279-294.
<https://doi.org/10.18294/sc.2016.741>
- Loader, B. D., & Mercea, D. (Eds.). (2012). *Social media and democracy: Innovations in participatory politics*. Routledge.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=edjFBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=vLoader,+B.+D.,+%26+Mercea,+D.+\(Eds.\).+\(2012\).+Social+media+and+democracy:+Innovations+in+participatory+politics.+Routledge.&ots=CWk3zEQta-&sig=qrTY15xfm7p1xsAD6xwHVGZuscs](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=edjFBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT11&dq=vLoader,+B.+D.,+%26+Mercea,+D.+(Eds.).+(2012).+Social+media+and+democracy:+Innovations+in+participatory+politics.+Routledge.&ots=CWk3zEQta-&sig=qrTY15xfm7p1xsAD6xwHVGZuscs)
- López-Meri, A. (2015). El impacto de Twitter en el periodismo: un estado de la cuestión.
<http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/165677>
- Maalouf, A. (2012). *Identidades asesinas*. Alianza editorial.
- Maireder, A., & Ausserhofer, J. (2014). Political discourses on Twitter: Networking topics, objects, and people. *Twitter and society*, 89, 305-318.
<https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/communication-zangana-maireder-2013.pdf>
- Major, B., & O'Brien, L. T. (2005). The social psychology of stigma. *Annual Review of Psychology*, 56, 393-421.

- Manders-Huits, N. (2010). Practical versus moral identities in identity management. *Ethics and information technology*, 12(1), 43-55. <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10676-010-9216-8.pdf>
- Marques, J., Abrams, D., & Serôdio, R. G. (2001). Being better by being right: Subjective group dynamics and derogation of in-group deviants when generic norms are undermined. *Journal of personality and social psychology*, 81(3), 436. <https://psycnet.apa.org/record/2001-18127-006>
- Martínez Hernández-Mejía, I. (2018). Reflexiones sobre la caravana migrante. <https://rei.iteso.mx/handle/11117/5616>
- Martínez Tejada, G. (2017). Los desafíos grupales de la cooperación en la educación. *Polis*, 13(1), 113-142. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-23332017000100113
- Mato, D. (2007). Cultura, comunicación y transformaciones sociales en tiempos de globalización. *Cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización. Perspectivas latinoamericanas*. Buenos Aires: clacso.
- Melucci, A. (1991). *Il gioco dell'io. Il cambiamento di sé in una società globale*. Milán, Italia: Feltrinelli.
- Müller, K., & Schwarz, C. (2019). Fanning the flames of hate: Social media and hate crime. Available at SSRN 3082972. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3082972
- Muñoz Jumilla, A. R. (2002). Efectos de la globalización en las migraciones internacionales. *Papeles de población*, 8(33), 9-45. <https://www.redalyc.org/pdf/112/11203301.pdf>
- Nemeth, C. J., & Staw, B. M. (1989). The tradeoffs of social control and innovation in groups and organizations. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 22, pp. 175-210). Academic Press.
- Nerghes, 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. <https://repub.eur.nl/pub/119232/>
- Nielsen IBOPE México (2021): Base de Audiencias de Televisión 5 Dominios; MSS TV; Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve; Rat%, Rch#, ATS; Periodo mensual según las fechas de los programas; 6:00-24:00; Target Total Personas con Guest Viewers. Top 10 programas con emisiones únicas en Periodo mensual según las fechas de los programas. | Nielsen IBOPE México; Base de Audiencias de Televisión 5 Dominios; MSS TV; Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve; Rat%, Rch#, ATS; Periodo mensual según las fechas de los programas ; 6:00 a 24:00; Target Total Personas con Guest Viewers. Top 10 programas seriados (4 o más transmisiones en el mes). <https://www.nielsenibope.com/top-tv/>

- O'Connor, B., Balasubramanyan, R., Routledge, B. R., & Smith, N. A. (2010, May). From tweets to polls: Linking text sentiment to public opinion time series. In *Fourth international AAAI conference on weblogs and social media*. <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM10/paper/viewPaper/1536>
- Oliva, M. P. (2018, 4 enero). *EL PAÍS: el periódico global: Aporofobia, el miedo al pobre que anula la empatía*. EL PAÍS• S. https://elpais.com/elpais/2018/01/03/opinion/1515000880_629504.html
- Onghena, Y. (2015). ¿Migrantes o refugiados? *Opinión CIDOB*, 35, 1-5.
- Öztürk, N., & Ayvaz, S. (2018). Sentiment analysis on Twitter: A text mining approach to the Syrian refugee crisis. *Telematics and Informatics*, 35(1), 136-147. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585317304999>
- Pak, A., & Paroubek, P. (2010, July). Twitter based system: Using Twitter for disambiguating sentiment ambiguous adjectives. In *Proceedings of the 5th International Workshop on Semantic Evaluation* (pp. 436-439). <https://www.aclweb.org/anthology/S10-1097.pdf>
- Pang, B., & Lee, L. (2008). Opinion mining and sentiment analysis. *Foundations and Trends® in Information Retrieval*, 2(1-2), 1-135. <https://www.nowpublishers.com/article/Details/INR-011>
- París Pombo, M. D. (s. f.). *Las caravanas de migrantes, su representación política y los derechos humanos de los migrantes*. El Colegio de la Frontera Norte. Recuperado 4 de julio de 2020, de https://www.colef.mx/noticia/las_caravanas-de-migrantes-su-representacion-politica-y-los-derechos-humanos-de-los-migrantes/.
- Percastre-Mendizábal, S., & Dorantes-Aguilar, G. (2016). Electoral political communication in the digital age. The 2015 electoral campaign in México City. *Vivat Academia*, 19(137), 36-56. <https://doi.org/10.15178/va.2016.137.36-56>
- Percastre-Mendizábal, S., Pont Sorribes, C., & Codina, L. (2017). Propuesta de diseño muestral para el análisis de Twitter en comunicación política. *El profesional de la información*. 2017; 26 (4): 579-88. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/59542>
- Pérez-Chirinos Churruca, V. (2012). Identidad y redes sociales: construcción narrativa del yo hipertextual. <https://riu.austral.edu.ar/handle/123456789/282>
- Perissinotto, G. (1976). Hacia una fonética del español hablado en San Antonio, Texas. *Anuario de Letras. Lingüística y Filología*, 14, 51-70. <https://revistas-filologicas.unam.mx/anuario-letras/index.php/al/article/view/360>
- Pinto, I. R., Marques, J. M., Levine, J. M., & Abrams, D. (2010). Membership status and subjective group dynamics: Who triggers the black sheep effect?. *Journal of personality and social psychology*, 99(1), 107. <https://doi.org/10.1037/a0018187>
- Piscitelli, A. (2011). Prólogo: Twitter, la revolución y los enfoques ni-ni. *Orihuela, JL, Mundo Twitter*, 15-20.

- Pombo, M. D. P., & Montes, V. (2020). Visibilidad como estrategia de movilidad: el éxodo centroamericano en México (2018-2019). *Entre Diversidades: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 7(1), 9-38. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7246796>
- Portillo Fernández, J. (2016). Planos de realidad, identidad virtual y discurso en las redes sociales. *Logos (La Serena)*, 26(1), 51-63. https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-32622016000100004&script=sci_arttext
- Quinsaas, S. (2014). Competing news frames and hegemonic discourses in the construction of contemporary immigration and immigrants in the United States. *Mass Communication and Society*, 17(4), 573-596. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15205436.2013.816742?casa_token=Ap2vuK1SWKYAAAAA%3AXrYlmLzIkB1WiGAuY18iFjPbuDCHDbo3gpvn9MzhJXZ2IRQRTdoOKGzBKX5GEIVwweSIDv1KL_kPF4
- Ragas, M. W., & Kioussis, S. (2010). Intermedia agenda-setting and political activism: MoveOn.org and the 2008 presidential election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 560-583. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2010.515372>
- Rajan, B. (2014, March 10). #Racism in 140 characters. Retrieved from http://www.huffingtonpost.com/nitya-rajan/racism-in-140-characters_b_4922343.html
- Reguillo, R., & Cruz, R. R. (2005). *Horizontes fragmentados comunicación, cultural, pospolítica: El (des) orden global y sus figuras*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente.
- Rocha, M. E. M., del Campo, A. M., & Zárate, H. R. (2018). # TrumpenMéxico. Acción conectiva transnacional en Twitter y la disputa por el muro fronterizo. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (55), 39-48. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6353337>
- Rodríguez, D. E. A., & Hung, E. S. (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. *Zona próxima*, (12), 190-207. <https://www.redalyc.org/pdf/853/85316155013.pdf>
- Roussiau, N., & Valence, A. (2013). Interdependencia y transformación de las representaciones sociales en redes. *CES Psicología*, 6(1), 60-76. <https://www.redalyc.org/pdf/4235/423539419005.pdf>
- Salazar Araya, S. (2019). Las caravanas migrantes como estrategias de movilidad: <https://ibero.mx/iberoforum/27/pdf/ESPANOL/Caravanas-migrantes-como-estrategias-de-movilidad-Salazar.pdf>
- Sanchez, I. (2018b, noviembre 7). #CaravanaMigrante, un hashtag que muestra tres Méxicos. Ismael Sánchez Anguiano. <https://mayel.mx/2018/10/25/caravanamigrante-un-hashtag-que-muestra-tres-mexicos/>

- Sanderson, J. (2013). From loving the hero to despising the villain: Sports fans, Facebook, and social identity threats. *Mass Communication and Society*, 16, 487–509. doi:10.1080/15205436.2012.730650
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2012.730650>
- Sanderson, J., Frederick, E., & Stocz, M. (2016). When athlete activism clashes with group values: Social identity threat management via social media. *Mass Communication and Society*, 19(3), 301-322.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15205436.2015.1128549>
- Sarmiento, C. T. (2014). *Max Weber. Significado y actualidad*. Universidad Nacional de Colombia.
- Shih, A. (2020, 10 junio). ¿Qué es el antirracismo? ¿Y cómo se puede colaborar, según los expertos? - Los Angeles Times. *Los Angeles Times en Español*.
<https://www.latimes.com/espanol/eeuu/articulo/2020-06-09/que-es-el-antirracismo-y-como-se-puede-colaborar-segun-los-expertos>
- 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.
https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/amet.12259?casa_token=gEnqblZHGGu4AAAAA%3Amo1CLb6-vQKc25aDZC0Rq846xYFW-ifyb3bnUAxQz6-de305GxDkYzLvPW8zvPzGmr_t0OPFvXrvR-mB
- 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.
<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305118764437>
- Sobre Migración, G. (2006). Organización Internacional para las Migraciones (OIM), núm. 7, "Derecho Internacional sobre Migración", Ginebra.
https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml_7_sp.pdf
- Strauss, A., & Corbin, J. (2016). *Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Universidad de Antioquia.
- Taboada, M., Brooke, J., Tofiloski, M., Voll, K., & Stede, M. (2011). Lexicon-based methods for sentiment analysis. *Computational linguistics*, 37(2), 267-307.
https://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/COLI_a_00049
- Tajfel, H. (1972). Social categorization. English manuscript of ‘La catégorisation sociale’. In Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The social psychology of intergroup relations* (pp. 33–47). Monterey, CA: Brooks/Cole.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational identity: A reader*, 56, 65.
- Telefónica, F. (2013). *Identidad Digital: El nuevo usuario en el mundo digital*. Barcelona: Editorial Ariel. Recuperado de <http://www.educando.edu>.

do/files/9513/9281/6433/identidad_digital.pdf
https://www.ufasta.edu.ar/biblioteca/files/2017/02/identidad_digital.pdf

- Torre, I. O. (2018, 26 noviembre). Cuentas de EU y México, trolls y bots usan #CaravanaMigrante para sembrar racismo en Twitter. *SinEmbargo MX*.
<https://www.sinembargo.mx/25-11-2018/3502016>
- Turner, J. C. (1975). Social comparisons and social identity: Some prospects for intergroup behavior.
- Turner, J. C. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group. In H. Tajfel (Ed.), *Self, identity, and intergroup relations* (pp. 15–40). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7m3ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=Van+Dijck,+J.+\(2019\).+La+cultura+de+la+conectividad:+una+historia+cr%C3%ADtica+de+las+redes+sociales.+Siglo+XXI+Editores.&ots=hv8wktXsSQ&sig=6-WiAGu-xpvZHsREAjJl0GF4czY](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=7m3ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=Van+Dijck,+J.+(2019).+La+cultura+de+la+conectividad:+una+historia+cr%C3%ADtica+de+las+redes+sociales.+Siglo+XXI+Editores.&ots=hv8wktXsSQ&sig=6-WiAGu-xpvZHsREAjJl0GF4czY)
- Van Klingeren, M., Boomgaarden, H. G., Vliegenthart, 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
<https://dl.acm.org/doi/10.1145/3362789.3362849>
- Vonbun, R., Königslöw, K. K. V., & Schoenbach, K. (2016). Intermedia agenda-setting in a multimedia news environment. *Journalism*, 17(8), 1054-1073.
https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1464884915595475?casa_token=ZpZmlm41qF8AAAAA%3AEXTTlvhIBdnKurf3RZuoI7igu2eWwNtFL-yB-sc_8oF-6IZBrA-hhNjRGuHbUwHGQEO16P0vIiJBXQ
- Weber, S., & Mitchell, C. (2008). Imaging, keyboarding, and posting identities: Young people and new media technologies. *Youth, identity, and digital media*, 7, 25-47.
<https://www.issuelab.org/resources/848/848.pdf>
- Wikipedia contributors. (2017, 17 febrero). *Day Without Immigrants*. Wikipedia.
https://en.wikipedia.org/wiki/Day_Without_Immigrants
- Wolf, M. (1994). Los efectos sociales de los media.
- Wolf, M. (2004). *Why globalization works* (No. 3). Yale University Press.
<https://www.semanticscholar.org/paper/Why-Globalization-Works-Wolf/a695de071c750d83a38cb4c0c337beab7f1e1722?p2df>
- Wolton, D. (1989). La communication politique: Construction d'un modèle.

Yin, R. K. (1992). The case study method as a tool for doing evaluation. *Current sociology*, 40(1), 121-137. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001139292040001009?journalCode=csia>

Notas: Durante el diseño de la tesis, se pensaba incluir las notas informativas de TV Azteca por el impacto en el espectro a nivel nacional, pero, al no obtener acceso a dichos contenidos a través de las diferentes plataformas, así como a través de solicitudes vía correo electrónico, se optó por agregar Imagen TV.

Anexos

Resultados de codificación para el análisis descriptivo de la cobertura noticiosa

1- Amenaza a la identidad

Imagen o representación de la migración que afecte a la percepción de la inmigración en los Estados Unidos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutra	3	3.1	3.1	3.1
	Negativa	84	87.5	87.5	90.6
	Positiva	9	9.4	9.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia hace referencia hacia las tensiones en materia de geopolítica que el proceso migratorio ocasiona o los efectos que éste podría tener?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	31	32.3	32.3	32.3
	Sí	65	67.7	67.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia da voz a actores sociales que promueven el discurso de odio anti inmigratorio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	46	47.9	47.9	47.9
	Sí	50	52.1	52.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

2- Tipo de narrativa

Estadísticos descriptivos

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
¿Cuántas fuentes se utilizan para construir la nota?	96	0	10	1.91	1.914
N válido (por lista)	96				

Fuentes de estado o partidos políticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	50	52.1	52.1	52.1

	Sí	46	47.9	47.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente Policía o Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	87	90.6	90.6	90.6
	Sí	9	9.4	9.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente de la Sociedad Civil

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	86	89.6	89.6	89.6
	Sí	10	10.4	10.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente Ciudadana

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	91	94.8	94.8	94.8
	Sí	5	5.2	5.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente Migrantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	74	77.1	77.1	77.1
	Sí	21	21.9	21.9	99.0
	3	1	1.0	1.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente Académica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	94	97.9	97.9	97.9
	Sí	2	2.1	2.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Fuente Medios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	93	96.9	96.9	96.9
	Sí	3	3.1	3.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿El periodista/autor utiliza adjetivos calificativos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	74	77.1	77.1	77.1
	Sí	22	22.9	22.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia retrata a los sujetos de cobertura desde el estigma por sus condiciones sociales, económicas o legales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	28	29.2	29.2	29.2
	Sí	68	70.8	70.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿Las notas presentan una repetición de determinadas imágenes que refuercen un mensaje en específico en toda la narrativa del ítem noticioso?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	75	78.1	78.1	78.1
	Sí	21	21.9	21.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

3- Justificación para el rechazo del grupo migratorio

Imagen o representación de la migración que afecte a la percepción de la inmigración en los Estados Unidos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutra	3	3.1	3.1	3.1
	Negativa	84	87.5	87.5	90.6
	Positiva	9	9.4	9.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia hace referencia a la situación legal de los sujetos que retrata?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	20	20.8	20.8	20.8
	Sí	76	79.2	79.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia hace referencia a la situación económica o social en la que se encuentran los sujetos que retrata?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	48	50.0	50.0	50.0
	Sí	48	50.0	50.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia refiere los posibles impactos económicos que el fenómeno migratorio puede representar para la sociedad de acogida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	70	72.9	72.9	72.9
	Sí	26	27.1	27.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Impacto en la seguridad pública

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	25	26.0	26.0	26.0
	Sí	71	74.0	74.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Impacto en la oferta y demanda del empleo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	76	79.2	79.2	79.2
	Sí	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Estereotipos que enmarca a los migrantes como sujetos violentos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	55	57.3	57.3	57.3
	Sí	41	42.7	42.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Estereotipos que enmarca a los migrantes como sujetos
criminales**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	59	61.5	61.5	61.5
	Sí	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Estereotipos que enmarca a los migrantes como sujetos
desorganizados**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	41	42.7	42.7	42.7
	Sí	55	57.3	57.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Estereotipos que enmarca a los migrantes como sujetos
holgazanes**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	86	89.6	89.6	89.6
	Sí	10	10.4	10.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**Estereotipos que enmarca a los migrantes como sujetos
drogadictos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	89	92.7	92.7	92.7
	Sí	7	7.3	7.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

A través de todo el ítem noticioso ¿se promueven la amenaza que los sujetos de cobertura podrían representar para la sociedad de acogida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	45	46.9	46.9	46.9
	Sí	51	53.1	53.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia aborda alguna manifestación de miembros de la sociedad en torno al fenómeno de la caravana migrante?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	63	65.6	65.6	65.6
	Sí	33	34.4	34.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

4- Justificaciones para el apoyo al grupo migratorio

¿La noticia refiere actos de solidaridad de la sociedad de acogida para con los sujetos de cobertura?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	67	69.8	69.8	69.8
	Sí	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia se enfoca a las y los menores de edad que integran el grupo migratorio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	73	76.0	76.0	76.0
	Sí	23	24.0	24.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia da contexto más allá de los hechos de cobertura que contribuyan a entender de manera más completa el fenómeno migratorio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	92	95.8	95.8	95.8
	Sí	4	4.2	4.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia incluye información de contexto sobre cuáles serán las verdaderas consecuencias demográficas y económicas que el proceso migratorio tendría en la sociedad de acogida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	90	93.8	93.8	93.8
	Sí	6	6.3	6.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia incluye información de contexto sobre las diferentes razones por las que las personas deciden realizar la migración?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	86	89.6	89.6	89.6
	Sí	10	10.4	10.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

5- Evaluación de los individuos de cobertura y autorepresentación

¿La noticia enfatiza aspectos étnicos de los sujetos de cobertura?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	89	92.7	92.7	92.7
	Sí	7	7.3	7.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿La noticia incluye declaraciones hechas por el periodista que valoran positivamente ser de una nación específica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	45	46.9	46.9	46.9
	Sí	51	53.1	53.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

¿Las notas presentan una diferenciación en relación con los sujetos de cobertura?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	35	36.5	36.5	36.5
	Sí	61	63.5	63.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

