



EDITORIAL

El último informe de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), publicado a finales de 2021, estima la existencia de aproximadamente 281 millones de migrantes en todo el mundo, lo que equivaldría al 3,6% de la población mundial (OIM, 2022). Por su parte, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados señala que actualmente hay un total de 35,3 millones de refugiados, 5,4 millones de solicitantes de asilo, 62,5 millones de desplazados forzados internos y 5,2 millones de personas bajo protección internacional (ACNUR, 2023).

En este contexto del crecimiento de los desplazamientos y las diásporas a nivel global, el informe de la OIM advierte sobre los impactos de las transformaciones tecnológicas en los procesos migratorios y en la vida de los propios desplazados, abarcando diversos ámbitos: social, político, económico y tecnológico. Entre otros aspectos, este informe destaca la presencia y el poder de las grandes empresas tecnológicas en la gobernanza migratoria, la creciente capacidad de producción y difusión a gran escala de información falsa, desinformación y discursos tóxicos en las nuevas plataformas digitales, y el extenso uso de inteligencia artificial en un proceso de “datificación” de las migraciones (OIM, 2022).

Considerando este escenario, la investigación académica sobre comunicación y migración en los últimos años también ha planteado inquietudes sobre los usos de las tecnologías digitales en la construcción de opiniones y representaciones políticas sobre los migrantes y refugiados. Entre otras cuestiones, varios autores en este campo destacan el marcado aumento del activismo de extrema derecha y las manifestaciones antiinmigración en plataformas digitales que buscan influir en los debates públicos y, en consecuencia, en las decisiones políticas relacionadas con la migración.

Un estudio que analizó casi 7,5 millones de tuits publicados durante la crisis de refugiados de 2015-2016 reveló un rápido incremento de la actividad de extrema derecha, destinada a caracterizar a los refugiados en términos xenófobos y como una amenaza para la seguridad, economía y cultura de Europa (Siapera et al., 2018). Estudios posteriores han detectado campañas organizadas antes de elecciones nacionales y en oposición al Pacto Mundial para una Migración Segura, Ordenada y Regular de 2018 (e. g., McAuliffe, 2018). Según la OIM, los principales promotores de esta última campaña fueron responsables de casi la mitad de los videos más vistos en YouTube sobre el Pacto Mundial y difundieron información falsa de que los países estarían obligados por ley a prohibir toda crítica a la migración (OIM, 2022, p. 229).



De hecho, son numerosos los autores que han evidenciado y alertado sobre la representación cada vez más negativa de los migrantes y refugiados transmitida por los medios de comunicación, ya sea a través de texto o imagen (e. g., Amores et al., 2019, 2020; Corral & Fernández, 2015; Esses et al., 2013; Greussing & Boomgaarden, 2017; Igartua et al., 2008; Muñoz et al., 2009; Nightingale et al., 2017; Zhang & Hellmueller, 2017). Muchos de estos estudios advierten que esa representación negativa y estereotipada de la migración puede estar siendo adoptada por los ciudadanos para expresar un rechazo explícito hacia los foráneos, manifestándose en actitudes y conductas cada vez más extremas y polarizadas, que frecuentemente se reflejan en discursos xenófobos propagados de manera masiva y descontrolada en las plataformas digitales.

Esta situación podría explicar la reciente y paralela proliferación de discursos de odio racistas y xenófobos que se divulgan en redes sociales (Arcila-Calderón et al., 2022; Bartlett et al., 2014; Ekman, 2019; Valdez-Apolo et al., 2019), plataformas que facilitan la difusión y viralización de este tipo de mensajes violentos. Los últimos informes de la Liga Antidifamación (2020, 2021) advierten de este aumento, que parece tener lugar en todas las formas de ciberodio y en la mayoría de las redes sociales desde 2018. Pero, sin duda, todos esos elementos —representación mediática negativa de la migración, prejuicio racista o xenófobo, actitud discriminatoria y discursos de odio— parecen estar interconectados, alimentando entre todos ellos una espiral de odio frente a las personas desplazadas.

En este escenario, sin embargo, y aunque frecuentemente haciendo mucho menos ruido, cabe señalar que las plataformas digitales constituyen también espacios donde se albergan contradiscursos difundidos por colectivos y diferentes sectores sociales, que buscan combatir y denunciar el racismo, la xenofobia y el odio contra migrantes y refugiados, así como producir y compartir otras representaciones y promover interacciones que buscan el reconocimiento de la diversidad étnico-racial, cultural y religiosa de las personas desplazadas.

Con estas premisas, el presente número especial compila una serie de trabajos de investigación centrados en analizar parte de estos fenómenos que tienen lugar actualmente tanto en los medios de comunicación convencionales como en las plataformas digitales, prestando especial atención a los discursos y las narraciones sobre migrantes y refugiados que se difunden en estos entornos, y más especialmente a aquellos en los que se representa a esos colectivos de manera negativa o a través de los cuales se expresan manifestaciones de racismo o xenofobia.

En concreto, este número temático lo componen ocho estudios científicos enmarcados en la temática migratoria desde la perspectiva de la comunicación, así como cuatro avances de investigación y una reseña de obra. Los estudios integrados en este número buscan comprender y discutir, desde diferentes perspectivas, el fenómeno del racismo y de los discursos de odio antiinmigración en el contexto de los medios de comunicación y las plataformas digitales, investigando no solo las representaciones negativas y los discursos racistas y xenófobos, sino también las estrategias, acciones y prácticas de resistencia que tienen lugar en las plataformas digitales para combatir y contrarrestar esos discursos y promover la integración y el reconocimiento de la diversidad étnico-racial, cultural y religiosa de las personas desplazadas.

A continuación se presenta una lista resumida de los trabajos incluidos en este número especial.

El primer estudio, titulado “Los derechos humanos y las migraciones como elementos clave en la función social de los informativos televisados en España”, es obra de Carmen del Rocío Monedero Morales y María Teresa Mercado Sáez, y en él se examinan los informativos nocturnos de las televisiones generalistas en España desde una perspectiva pro derechos humanos, destacando la espectacularización en las noticias sobre migración.



El segundo trabajo, bajo el título “La percepción del discurso mediático sobre migración en España antes y durante el Covid-19: opiniones de los diferentes *stakeholders* y buenas prácticas”, y escrito por Noelia García-Castillo, Tamara Bueno Doral y Liisa Hänninen, aborda el cambio de tendencia en la cobertura mediática de la migración entre 2019 y 2021 mediante la triangulación de metodologías cualitativas y cuantitativas. Como resultado, se presentan propuestas de buenas prácticas para los medios españoles.

El tercer estudio, elaborado por Francisca Greene y Vanessa Zúñiga, lleva por título “Discursividades económicas sobre la inmigración en Chile en el *Diario Financiero*, *El Mercurio* de Santiago (*Economía y Negocios*) y *La Tercera (Pulso)*”. En este trabajo, a través del análisis de contenido y el análisis crítico del discurso se analizan tres de los principales periódicos económicos chilenos, revelando cómo esta prensa centra su atención en la perspectiva política y económica de la migración.

La cuarta investigación, denominada “La inmigración en la prensa chilena: análisis basado en minería de datos en Facebook”, desarrollada por Felipe Nesbet Montecinos y Luis Cárcamo Ulloa, analiza los titulares de los medios de comunicación chilenos sobre migración, evidenciando la relación que se presenta en estos medios entre la migración irregular y la seguridad.

El quinto trabajo de este monográfico, escrito por Antonia Olmos-Alcaraz y Paula Martín-Godoy, titulado “¡A cualquier cosa se le llama racismo!: análisis discursivo de las estrategias de negación del racismo de Vox en Twitter”, estudia la relación entre la ideología de la extrema derecha en España y los discursos racistas y xenófobos mediante el análisis semiótico de los discursos del partido Vox en Twitter.

El sexto estudio, elaborado por Sonia Valle de Frutos y titulado “Discurso de odio y ofensivo en la red social Twitter hacia el colectivo chino. Análisis de la sinofobia: del rechazo cultural encubierto al explícito”, aborda el discurso de odio hacia el colectivo chino a través de los mensajes en Twitter, destacando el rechazo encubierto hacia dicho colectivo.

El séptimo trabajo, intitulado “Estudios mediáticos y fenómenos migratorios: una revisión sistemática de la literatura desde 2011 hasta 2021”, de los autores Carlos A. Cortés-Martínez, Juan Carlos Gómez-Giraldo y Joselín M. Cuartas-Barrios, realiza un análisis bibliométrico de las publicaciones en comunicación sobre migraciones, identificando un sesgo académico hacia los fenómenos migratorios del sur global desde perspectivas interseccionales.

La octava y última investigación de este número, desarrollada por Iñigo Guerrero-Martín y Juan-José Igartua, y denominada “Narraciones eudaimónicas para reducir el prejuicio hacia menores migrantes no acompañados. Dispositivos narrativos para aumentar su eficacia”, examina cómo ciertos dispositivos narrativos pueden potenciar procesos afectivos y cognitivos eficaces para reducir el racismo y la xenofobia.

En cuanto a los avances, el primero de ellos, titulado “Más banderas que palabras: la comunicación no verbal de Bolsonaro en su discurso polarizador”, y escrito por Gabriel Bayarri Toscano, Juliana Colussi, Flávia Gomes-Franco e Silva y Sandro Arrufat-Martín, emplea la técnica de análisis de datos *grounded theory* para analizar diez *lives* provenientes de la campaña de Jair Bolsonaro, poniendo el foco especialmente en la comunicación no verbal.

El segundo avance, “El tratamiento informativo de las protestas en Colombia de 2021 en la prensa española: *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*”, escrito por Juan C. Figuereo-Benítez, Jair Esquiaqui-Buelvas, Daniel Moya López y Rosalba Mancinas Chávez, analiza el tratamiento informativo de la prensa española respecto al Paro Nacional en Colombia del 28 de abril de 2021.



El tercer avance, elaborado por Luciana Merino-Orbegoso, María Chávez-Chuquimango y Eliana Gallardo-Echenique, lleva por título “Rol de la fotografía como patrimonio cultural según fotógrafos, historiadores y curadores peruanos”, y determina los roles que la fotografía necesita para lograr un reconocimiento del valor histórico e identitario dentro de la sociedad peruana.

El último avance de este número, titulado “TIC en la calidad de vida de jóvenes universitarios: un modelo integral desde el enfoque de capacidades”, y elaborado por Ana Isabel Zermeño Flores, Renato Francisco González Sánchez y Luis Enrique Cruz García, valida el modelo TIC-CdV-JU con 3926 jóvenes mexicanos, centrándose en el aprovechamiento y regulación de las prácticas con TIC.

Finalmente, para cerrar este monográfico, se presenta la reseña de María Gemma Teso Alonso sobre la obra *La mirada mediática. Una revisión de la actualidad desde las teorías de la comunicación*, publicada en 2023 y coordinada por Montserrat Jurado Martín y María Dolores Cáceres Zapatero.

Referencias

1. Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR). (2023). *Global trends. Forced displacement in 2022*. UNHCR-Global Data Service. <https://www.unhcr.org/global-trends-report-2022>
2. Amores, J. J., Arcila-Calderón, C., & Blanco-Herrero, D. (2020). Evolución de los marcos visuales negativos de inmigrantes y refugiados en los medios del sur de Europa. *El Profesional de la Información*, 9(6), 1-22. <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/80525>
3. Amores, J. J., Calderón, C. A., & Stanek, M. (2019). Visual frames of migrants and refugees in the main Western European media. *Economics & Sociology*, 12(3), 147-161. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2019/12-3/10>
4. Arcila-Calderón, C. A., Sánchez-Holgado, P., Quintana-Moreno, C., Amores, J. J., & Blanco-Herrero, D. (2022). Discurso de odio y aceptación social hacia migrantes en Europa: análisis de tuits con geolocalización. *Comunicar*, -35. <https://doi.org/10.3916/C71-2022-02>
5. Bartlett, J., Reffin, J., Rumball, N., & Williamson, S. (2014). Anti-social media. *Demos*, 1-51. http://www.demos.co.uk/files/demos_Anti-social_Media.pdf
6. Corral García, A., & Fernández Romero, C. (2015). Framing y mundo árabe: la cobertura de la prensa española en torno a la revolución tunecina. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(2), 793-811. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2015.v21.n2.50885
7. Ekman, M. (2019). Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, 34(6), 606-618. <https://doi.org/10.1177/0267323119886151>
8. Esses, V. M., Medianu, S., & Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518-536. <https://doi.org/10.1111/josi.12027>
9. 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://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1282813>



10. Igartua-Perosanz, J. J., Cheng, L., Moral, F., Fernández, I., Frutos, F. J., Gómez-Isla, J., & Otero, J. A. (2008). Encuadrar la inmigración en las noticias y sus efectos socio-cognitivos. *Palabra Clave*, 11(1), 87-107. <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1418>
11. Liga Antidifamación. (2020). *Online hate and harassment. The American experience 2020*. The ADL Center for Technology and Society. <https://www.adl.org/media/14643/download>
12. Liga Antidifamación. (2021). *Online hate and harassment. The American experience 2021*. The ADL Center for Technology and Society. <https://www.adl.org/media/16033/download>
13. McAuliffe, M. (2018). *The link between migration and technology is not what you think, agenda*. Foro Económico Mundial. www.weforum.org/agenda/2018/12/social-media-iscasting-a-dark-shadow-over-migration/
14. Muñoz, C., Igartua-Perosanz, J. J., Montse de la Fuente, J., & Otero-Parra, J. A. (2009). Narrando la inmigración: análisis del tratamiento informativo y evaluación de los efectos de las noticias en España. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 51(207), 117-135. <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2009.207.41019>
15. Nightingale, A., Goodman, S., & Parker, S. (2017). Beyond borders. *The Psychologist*, 30, 58-62. https://www.researchgate.net/profile/Alastair_Nightingale/publication/320415315_Beyond_borders/links/5a9e5292aca272cd09c27599/Beyond-borders.pdf
16. Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2022). *Informe sobre las migraciones en el mundo*. <https://publications.iom.int/books/informe-sobre-las-migraciones-en-el-mundo-2022>
17. 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), 1-21. <https://doi.org/10.1177/2056305118764437>
18. Valdez-Apolo, M. B., Arcila-Calderón, C., & Amores, J. J. (2019). El discurso del odio hacia migrantes y refugiados a través del tono y los marcos de los mensajes en Twitter. *RAEIC: Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6(12), 361-384. <https://doi.org/10.24137/raeic.6.12.2>
19. Zhang, X., & Hellmueller, L. (2017). Visual framing of the European refugee crisis in Der Spiegel and cnn International: global journalism in news photographs. *The International Communication Gazette*, 79(5), 483-510. <https://doi.org/10.1177/1748048516688134>