

Encuadre de la migración en la era de la posverdad: de los tuits de Trump a los portales de noticias mexicanos y estadounidenses

Migration framing in the Post-Truth Era: from Trump's tweets to the mexican and american news websites

Diana Juárez Torres
Universidad Iberoamericana
dianaju.to@gmail.com

Resumen

El presente artículo es un avance de una tesis de doctorado en desarrollo, en el que se analiza cómo los portales de noticias mexicanos y estadounidenses retoman los tuits de Trump para narrar la migración de Centroamérica y México hacia Estados Unidos. Aquí se presenta el caso de la caravana migrante que partió el 18 de octubre del 2018. Este análisis comparativo, toma como punto de partida el trabajo *Sistemas Mediáticos Comparados* de Hallin y Mancini (2004), quienes dan seguimiento a la pregunta que se hicieron Siebert, Peterson y Schramm (1956) “¿por qué la prensa es cómo es?”. Desde la perspectiva del encuadre de Entman (1993), se hace un análisis de contenido. En los primeros hallazgos se encontró que el problema de la migración para los medios estadounidenses partió de una postura electoral republicana y para los mexicanos era un pretexto para promover la agenda antimigrante.

Palabras clave: Migración, Sistemas de Medios, Twitter, Donald Trump, Periodismo

Abstract

This article is a preview of a PhD doctoral thesis in progress, which analyzes how Mexican and American news websites take up Trump's tweets to narrate the migration from Central America and Mexico to the United States. The phenomenon which is analyzed is the migrant caravan that left on October 18, 2018. This is a comparative analysis based in the *Compared Media Systems* by Hallin and Mancini (2004), who followed up the Siebert, Peterson and Schramm (1956) question “why is the press the way it is?”. The content analysis is based in framing theory of Entman (1993). In the first findings, it was found that the problem of migration for the US media started from a Republican electoral position and for Mexicans it was a pretext to promote the anti-immigrant agenda.

Keywords: Migration, Media Systems, Twitter, Donald Trump, Journalism

Recibido: 29/11/20 Aceptado: 9/12/20

Introducción

Este artículo es la presentación de un caso de análisis de una tesis de doctorado en curso, la cual se titula, *La influencia de los sistemas de medios de México y Estados Unidos para encuadrar la narrativa mediática a partir de los tuits de Trump*. El objetivo de investigación es conocer cómo los portales de noticias estadounidenses (The New York Times, Washington Post, Los Angeles Times) y mexicanos (El Universal, Reforma y la Jornada), encuadran el tema de migración, retomando como fuente periodística los tuits del presidente de Estados Unidos, Donald Trump (2018-2021), dentro de una era a la que se define como posverdad¹, donde imperan las emociones sobre la razón. Además, la posverdad fue la palabra del 2016 para el Diccionario Académico Oxford. Si bien, el presidente republicano no fue reelegido para gobernar un segundo periodo (2021 -2024), este análisis nos permite conocer cómo influyen los sistemas de medios de cada país en la forma de narrar la noticia, pese a que los medios cohabitan en una plataforma digital donde tuvieron acceso al mismo tuit. El encuadre que se le da al hecho cambiará, es decir, para los medios mexicanos y estadounidenses. El caso que se analiza es el fenómeno de la caravana migrante que sale de Centroamérica el 18 de octubre de 2018 de Honduras debido a la situación de pobreza, violencia e inseguridad que estaban viviendo. Este problema fue abordado de manera diferente considerando quién construyó la noticia: si fue uno o dos periodistas, o fue información de agencia, teniendo en cuenta las fuentes que consultaron y el contraste de éstas.

Para entender los encuadres que se construyeron en ambos países, se hace un análisis comparativo. Por lo que el trabajo de *Sistemas Mediáticos Comparados* de Hallin y Mancini (2004) fue la base teórica de esta investigación. Estos autores dan seguimiento a la pregunta que se hicieron Siebert, Peterson y Schramm (1956): “¿por qué la prensa es cómo es?”. Esta reflexión teórica más el interés de entender cómo se narra la migración, originan la pregunta de investigación: ¿cómo los sistemas mediáticos de México y Estados Unidos condicionan al periodismo dominante para la cobertura de migración, donde los tuits de Trump se han convertido en una fuente de información?

Esta investigación parte de los comienzos de la campaña presidencial de Donald Trump, en 2015, la cual se distinguió por el uso de un discurso xenófobo y fuera de los estándares políticos, acompañada de estrategias de persuasión, que se crearon a partir del análisis de datos de los usuarios de Facebook que realizó la consultora Cambridge Analytica. El tema migratorio, para Castells (2017), se suma a un listado de problemáticas actuales que son consecuencia de la crisis de la globalización. El hablar sobre la migración, como un fenómeno alarmante, señala el autor, refleja la crisis de un modelo de capitalismo financiero global, que se basó en la interdependencia de mercados mundiales y el uso de tecnologías digitales para el desarrollo de capital virtual. En un principio, se sabe que Donald Trump no era un candidato potencial sino hasta que atacó directamente a la inmigración y denunció a los mexicanos de ladrones, violadores y narcotraficantes. Fue así que logró posicionarse al frente del partido republicano; la promesa de construcción del muro lo ubicó como el candidato líder de las elecciones de 2016. Su discurso cambió previo a las elecciones 2020, donde Joe Biden fue electo como presidente del 2021.

El trabajo de reflexión de esta investigación parte de la consideración de una sociedad global interconectada por la tecnología donde todos pueden expresar su verdad, en donde se crea un escenario de incertidumbre, en el que la verdad se vuelve confusa (Castells, 2017). Este contexto lo conoció bien Donald Trump y su equipo de campaña, quienes supieron, mediante su intervención en redes y la creación de discursos radicales, colocarse en la agenda mediática hablando en contra de los migrantes, demócratas y musulmanes. Al acusar a los migrantes de criminales, sus seguidores creyeron este argumento e incluso lo compartieron en sus redes sociales, lo que provocó un efecto amplificador y una ruptura de la credibilidad. Los hechos repercutieron en el sistema democrático y reforzaron el pensamiento xenófobo.

Metodología

Desde este contexto se intenta comprender cómo es que los medios mexicanos y estadounidenses narran el fenómeno de la migración, en específico, el caso de la caravana migrante. Para analizarlo, se retoma la propuesta del encuadre de Robert Entman (1993), quien señala que a partir del análisis de un discurso podemos encontrar cuál es el problema y/o los problemas que nos sugiere el hablante o el emisor, además de conocer, el o los juicios, la o las causas y la o las soluciones.

La selección de algunos aspectos de la realidad percibida (por parte de los portales de noticias), haciéndolos más sobresalientes en el texto comunicativo, de tal manera que consigan promover una definición del problema particular, una interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito. (Entman, 1993, p. 52)

Para el análisis, se tomó como fecha de partida los tuits de Donald Trump que publicó el 18 de octubre del 2018 refiriéndose a la caravana migrante, donde acusó a los demócratas de ser los responsables de este flujo migratorio:

Donald Trump [@realDonaldTrump] (18 de octubre del 2018, 6:25 p.m.). “I am watching the Democrat Party led (because they want Open Borders and existing weak laws) assault on our country by Guatemala, Honduras and El Salvador, whose leaders are doing little to stop this large flow of people, INCLUDING MANY CRIMINALS, from entering Mexico to U.S.....”².

A partir de ese momento, se hizo un monitoreo por cinco días en medios estadounidenses y mexicanos. El periodo de análisis comprendió las fechas del 18 al 22 de octubre del 2018. Los medios seleccionados en el caso de México fueron: Reforma, La Jornada y El Universal; y para el caso de Estados Unidos: The New York Times, The Washington Post y los Ángeles Times. Primero se hizo un análisis cuantitativo donde se registró: país, medio, autor, número de autores, tipo de contenido y sección donde se publicó. En un segundo momento, se hizo un análisis cualitativo donde se identificó el encuadre (problema, causa, juicio y solución). El análisis del encuadre también se aplicó para los tuits de Trump y cada medio.

Hallazgos

La caravana migrante de Centroamérica a Estados Unidos fue convocada el 12 de octubre del 2018. La difusión se hizo mediante un volante que se compartió en redes sociales, el cual decía: “no nos vamos porque queremos, nos expulsa la violencia y la pobreza”. La convocatoria la hizo Bartolo Fuentes, defensor de los migrantes y ex legislador hondureño. La salida de la caravana fue el 18 del mismo mes y año.

En el análisis del encuadre de los tuits de Trump identifiqué que el problema para Donald Trump fue la caravana migrante en sí misma, a causa de la falta de rigidez en las políticas migratorias que supuestamente habían implementado los demócratas, a las que Donald Trump se refiere en su cuenta de Twitter como “leyes débiles”; además, señaló como responsable de este flujo migratorio a los gobiernos de Centroamérica por la falta de control de las poblaciones. Sin embargo, para los medios estadounidenses, el problema no fue la migración, sino la preocupación de Trump por la caravana migrante, ya que fue parte de sus temas de campaña y había hecho de este fenómeno todo un evento mediático. Para los medios mexicanos, el problema fue el aumento del flujo migratorio y las amenazas de Donald Trump.

Donald Trump emitió juicios de valor hacia la caravana, dijo que dentro de ésta había personas criminales, y el problema migratorio iba en aumento ya que a los demócratas no les importaba. Estos argumentos fueron retomados por los medios mexicanos, no porque estuvieran de acuerdo sino por su forma de hacer periodismo, ya que en el análisis de las notas se encontró que los medios mexicanos tendieron a señalar textualmente los tuits de Trump y, a partir de éstos, construir su narrativa. Esto podría deberse a la falta de personal dentro de su equipo de redacción, a quienes se les ha consignado levantar la nota, es decir, tomar la información que encuentren o retomar algún cable o texto de agencia y publicarlo. También por el número de colaboradores que se involucraron en la elaboración del contenido, ya que entre más personal hay una mayor capacidad de profundizar en el contenido. Otro de los aspectos que influyó para profundizar en la problemática fue el tipo de contenido, si fue nota, reportaje, análisis o artículo de opinión.

El total de contenidos publicados por medios de Estados Unidos y México, dentro del periodo del 18 al 22 de octubre, fue de 99 notas: 39 las publicaron medios estadounidenses y 60 medios mexicanos. En el caso de los portales mexicanos predominaron las notas en un 86.6% (52 textos); en segundo lugar, se publicaron artículos de opinión 10% (6 textos) y se publicó sólo una crónica y editorial, cada una representó 1.6%. El tipo de contenido que sobresalió en los portales de Estados Unidos fue el análisis (11 textos) que representó un 28.2%, el siguiente fue el reportaje con (10 textos) que representó un 25.6%, en menor medida la nota (6 textos), 15.3%; artículos de opinión (4 textos), 10.2%; crónica y *fact check* (verificación de datos), cada uno con tres textos y tuvieron una representación del 7.6% y por último, solo una carta del lector y un texto en forma de editorial lo que contabilizó un 2.5%.

En cuanto a las secciones, el mayor número de contenidos de los portales mexicanos se publicaron en Nación con 50% (30 notas), en segundo lugar en Internacional con un 33% de las notas (20 textos); Opinión (7 notas); Estados, Metrópoli y Editorial, cada uno con

una nota que representó un 2%. En los medios estadounidenses, las secciones en donde más se publicó fueron en Internacional con 17 notas, lo que representó un 44% y después en Nación (donde se registraron los artículos publicados en las secciones llamadas *Politics* y *Nation*) con 12 notas que representaron un 30.1%. Tanto en Editorial como en Negocios se publicaron cuatro artículos que representaron un 10% y, por último, en Opinión y Metrópoli se publicó un artículo que representó un 3%.

La diversidad de secciones, el tipo de contenido y la mayor participación de periodistas para un texto, permiten la profundidad en los contenidos. En el caso de Estados Unidos, se comenzaron a publicar *fact chekings* como tipo de contenido, siendo que este ejercicio, la verificación de los datos, es una acción intrínseca del periodismo. Sin embargo, para contrarrestar la difusión de noticias falsas, los medios estadounidenses optaron por esta forma de contenido para desmentir, en este caso, las declaraciones del presidente Trump y de los republicanos.

Dentro de la caravana, el fenómeno que se analiza, hubo un enfrentamiento entre policías y migrantes en el Río Suchiate, ubicado en la frontera de México y Guatemala. En el hecho los integrantes de la caravana fueron violentos. Los periodistas estadounidenses señalaron que la actitud de los migrantes alimentó la retórica de Trump, donde se los acusó de criminales. “The images of the aggressive behavior of some members of the caravan at the Guatemala-Mexico border may fuel these concerns and rhetoric”. (Averbuch & Semple, Oct. 19, 2018). En las imágenes que se publicaron en ese entonces, se podía observar a los migrantes forcejeando con los policías. Estaban aferrados por ingresar al país ya que querían huir del contexto de pobreza y violencia que existe en sus territorios de origen. Las imágenes no son objeto de esta investigación. Sin embargo, se mencionan para contextualizar el análisis.

Las recomendaciones identificadas en Donald Trump fueron: la construcción del muro, detener la ayuda monetaria a Centroamérica, pedir ayuda a México, cerrar las fronteras y crear nuevas leyes de migración. En cambio para los medios mexicanos y estadounidenses la sugerencia fue la protección a los migrantes. Respecto al recorte de los recursos, como lo había sugerido Trump, los portales de Estados Unidos señalaron que esta medida sólo aumentaría el problema.

En el caso de México, las recomendaciones partían de dos posiciones políticas que no partieron de la línea editorial de los periodistas o las posturas de los medios, sino del gobierno saliente y el entrante. Una de ellas era del gobierno que estaba por salir en ese entonces, el de Enrique Peña Nieto (2012-2018), el cual estaba renuente a una negociación con Donald Trump; y el que estaba entrando, la Cuarta Transformación, liderado por Andrés Manuel López Obrador (2018-actual) quien proponía tener un acuerdo con el gobierno estadounidense. Este último parecía que iba develando lo que después fue el Plan para el Desarrollo de Centroamérica, el cual se aprueba hasta el año siguiente, después de las amenazas del presidente republicano a México con aumentar los aranceles a las importaciones que hiciera a Estados Unidos si no se actuaba para detener el flujo migratorio.

Reflexión

La metodología que se utilizó para analizar los tuits de Trump y ver en qué medida éstos eran retomados o refutados por los portales mexicanos y estadounidenses, fue creada para esta investigación, es decir, no se encontró una similar en investigaciones previas analizadas. Además, el análisis del encuadre de cada nota se registró en una base de datos que permitió identificar el más predominante en ambos medios. La combinación del análisis cuantitativo y cualitativo permitió tener más elementos para conocer qué influye en la construcción del contenido, como lo señalan Shoemaker & Reese (1996), quienes desde una mirada micro a una macro detallan cómo cada elemento va mediando en la construcción de la noticia. Los autores se refieren a jerarquía de las influencias, en donde se consideran las siguientes categorías: el análisis individual de la formación del periodista, las rutinas periodísticas, la organización del medio, la relaciones externas de la redacción y el entorno ideológico; cada nivel sucesivo comprende al anterior.

Para entender cómo la prensa narra las noticias, en específico la migración de los centroamericanos hacia Estados Unidos, en un entorno de periodismo digital, se tomaron como punto de partida las cuatro dimensiones que proponen Hallin y Mancini (2004): *Desarrollo de mercados*, con una especial atención en la fuerza o debilidad del desarrollo de la prensa de gran tirada. *El paralelismo político*, el grado de naturaleza y vínculo entre los medios de comunicación y los partidos políticos, hasta qué punto el sistema de medios refleja las divisiones políticas de la sociedad. *El desarrollo profesional de los periodistas*, se centra específicamente en la profesionalidad de los periodistas, más allá de la experiencia adquirida, relacionada con la independencia editorial. *El grado y la naturaleza de intervención estatal en el sistema de medios de comunicación*, considerando que en cualquier sociedad el Estado desempeña un papel significativo en el desarrollo del sistema de medios de comunicación.

En este ejercicio de análisis, dentro de la dimensión de distribución de medios, se propuso nombrarlo como escenario digital, considerando que se analizaron los portales de noticias y no los impresos. Para el caso de México, se observó una tendencia de respuesta a la inmediatez con la finalidad de generar el clic rápido, lo que provocó la homogeneización del contenido. En el caso de Estados Unidos, dentro de los medios surge como sección un tipo de contenido que nombran *fact-checking* o verificación de datos, en respuesta a las declaraciones de Donald Trump que carecían de fuentes. La segunda dimensión fue el paralelismo político, en el caso de México se identificó que la línea política estaba determinada por la cercanía con los funcionarios, ya que por una declaración de un funcionario, se hacía una nota, además de que no había contraste de fuentes. En el caso de Estados Unidos, la línea política de los medios fue crítica ante la postura de Donald Trump. La última dimensión que se consideró fue la profesionalización, en el caso mexicano la calidad del contenido dependía del autor o la nota. En cuanto a la profundidad de análisis, se dio prioridad a los contenidos de opinión, ahí se daba el contraste de información. En el caso estadounidense, tuvieron mayor peso los reportajes, al revés que México, un fenómeno era cubierto desde diversos ángulos, lo que permitía una amplia mirada del fenómeno.

Este análisis permite observar cómo los sistemas de medios de cada país influyen en el trabajo periodístico, además, en la formación de la opinión pública de la ciudadanía que incide en la toma de decisiones dentro de la vida privada y pública. A lo largo de los estudios de comunicación, se ha identificado que existe un miedo hacia el migrante, miedo al otro, lo que se ha observado como un efecto de la crisis financiera que viven los Estados-Nación, donde los migrantes se convierten en “los chivos expiatorios” (Guerrero, 2019). Temer al migrante no es un acontecimiento nuevo, no es propio de la era que se denominó posverdad, sino un sentimiento que se acentuó con la crisis financiera, porque es más fácil entender un fenómeno político cuando se responsabiliza a alguien (Iyengar, 1994). Una problemática social se entiende mejor cuando se le pone un rostro (Castells, 2017). Es decir, la crisis financiera para la clase obrera blanca era más fácil de entender al culpar a los migrantes de robar sus empleos que como un efecto global. El miedo hacia el migrante se hizo visible en las redes y las nuevas rutinas periodísticas acentuaron las carencias periodísticas de los medios mexicanos y desafiaron a los medios estadounidenses en confrontar a su presidente, hasta el punto de generar un nuevo formato de contenido que se le denominó *fact-checking*.

Notas

¹ El discurso de la migración y el terrorismo se inserta en una era a la cual se ha nombrado posverdad. El Diccionario Académico Oxford la asignó como la palabra del año en 2016 y la describió como el proceso donde “los hechos objetivos tienen menos influencia en definir la opinión pública que los que apelan a la emoción y a las creencias personales”. Dicha nominación se produjo a raíz de tres fenómenos políticos: el triunfo del Brexit en el Reino Unido, la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca y el “no” del plebiscito en Colombia. Estos se convirtieron en hechos coyunturales donde fueron evidentes los discursos emotivos y las campañas de desinformación.

² Donald Trump [@realDonaldTrump] (18 de octubre del 2018, 6:25 p.m.). “Estoy viendo al partido demócrata (porque ellos quieren abrir las fronteras y tienen leyes débiles) liderando el ataque a nuestro país por Guatemala, Honduras y El Salvador, cuyos líderes están haciendo poco para parar este flujo de personas, incluyen muchos criminales, que ingresan desde México hacia Estados Unidos...”.

Referencias

Averbuch & Semple (Oct, 19, 2018). As Trump Assails Caravan, a Clash Between Migrants and Mexico Police. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2018/10/19/world/americas/caravan-mexico-guatemala.html?searchResultPosition=1>

Castells, M. (2017). *Ruptura. La crisis de la democracia liberal*. Madrid, España: Alianza.

Entman, Robert (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Editorial. Journal of Communication*.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>

- Guerrero, M. A. (2019). *¿El fin de la razón?* Ciudad de México: Siglo XXI.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible?: How television frames political issues*. University of Chicago Press.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message* (pp. 781-795). White Plains, NY: Longman.
- Siebert, F. T., Peterson, T., Peterson, T. B., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. University of Illinois press.