

Encuadres de la migración venezolana: Un análisis del *framing* informativo en los medios digitales *El Tiempo* (Colombia) y *El Comercio* (Ecuador)

Ensayo

*Frames of Venezuelan Migration: An Analysis
of the Information Framing in the Digital Media
El Tiempo (Colombia) and El Comercio (Ecuador)*

Recepción: 30/11/2020, revisión: 04/03/2021,
aceptación: 12/03/2021, publicación: septiembre de 2021

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>

 Luis Eduardo Ynciarte González
luisynciarte@gmail.com
Flacso (Quito, Ecuador)
<http://orcid.org/0000-0001-8530-8204>

DOI: <https://doi.org/10.32719/26312514.2021.4.9>

Resumen

La presente investigación presenta un análisis sobre las noticias que generaron los principales medios de comunicación digitales *El Tiempo* (Colombia) y *El Comercio* (Ecuador) durante 2019 con relación a la migración de venezolanos a esos países. Bajo el argumento de que los medios influyen en la percepción de sus receptores y a partir del apoyo de conceptos de las teorías de la comunicación como la *agenda setting* y el *framing*, se establece un análisis de contenido con 881 unidades extraídas de los sitios web *eltiempo.com* (435) y *elcomercio.com* (446). Finalmente, se evidencia que: 1) existe una marcada tendencia en la cobertura informativa que se orienta al uso de fuentes oficiales; y 2) la mayoría de los contenidos difundidos se enfocan en informar temas como el flujo migratorio y los casos de conflictos sociales, delincuencia o muerte en que se encuadra negativamente a la migración venezolana.

Abstract

*This research presents an analysis of the news generated by the main digital media El Tiempo (Colombia) and El Comercio (Ecuador) during 2019 regarding the migration of Venezuelans, under the argument that the media influence perception of their receivers. This study focuses on communication theories: (1) agenda setting, which explains how media selects and prioritizes daily news and (2) framing that points out how media approaches the information. A content analysis is established with 881 units taken from the sites *eltiempo.com* (435) and *elcomercio.com* (446). Finally, it is evident that (1) there is a marked trend in the coverage of information that is oriented to the use of official sources (2) the contents disseminated focus on reporting issues such as the migratory flow and cases of social conflict, crime or death where negatively frames Venezuelan migration.*

Palabras clave • Keywords

Encuadres noticiosos, migración venezolana, medios de comunicación digital, *El Tiempo*, *El Comercio*, agenda setting, framing.

News frames, *Venezuelan migration*, *digital media*, *El Tiempo*, *El Comercio*, agenda setting, framing.

1. Introducción

El desplazamiento de venezolanos hacia otros países de la región sudamericana es una dinámica que se ha extendido intensamente desde 2015 en un contexto político, social y económico en el que empezó a preponderar la decisión de salir de Venezuela (Vargas 2018). Esta situación ha generado una inestabilidad social en la nación caribeña, “que ha obligado a los migrantes a reorganizar su situación de vida en otros países por la naturaleza compleja y multidimensional de la crisis; esto supone la llegada a un punto de inflexión de extrema preocupación” (Legler, Serbin y Garelli 2018, 9).

Colombia y Ecuador han sido dos de los principales destinos elegidos por los migrantes. Este flujo irregular llamó la atención de los medios por el significativo número de refugiados y desplazados que se movilizaron desde Venezuela durante 2019. En las agendas informativas, en especial en estos países de acogida, mucho se habló de venezolanos en movilidad humana, pero ¿cuáles eran los principales mensajes que difundían los medios digitales sobre los migrantes venezolanos? La importancia del rol de los medios en la construcción de realidades sociales, a través de los mensajes que difunden, permitirá reconocer que existen efectos de establecimiento de agenda incluso con la difusión de los contenidos informativos en la novedad del formato digital (Vargo 2011).

Esta poderosa influencia de los *mass media* hace que la repetición de mensajes negativos signifique una fuerza de comunicación feroz. Ese poder se debe al hecho de que la afirmación repetida se incrusta a la larga en “profundas regiones de nuestro ser inconsciente en las cuales se forjan las motivaciones de nuestros actos” (Le Bon 1895, 56). Para conocer más, esta investigación incluye en su muestra dos periódicos digitales, *El Tiempo* y *El Comercio*, con el objetivo de analizar la cobertura que realizaron alrededor del tema. Las hipótesis de partida son las siguientes:

Hipótesis 1 (H1): Las noticias difundidas por los principales medios de comunicación digitales sobre la migración venezolana en Colombia y Ecuador tienen predominantemente temas relacionados al ingreso irregular al país, delitos o crímenes.

Hipótesis 2 (H2): En ambos medios de comunicación, los contenidos noticiosos que se transmiten con relación a la llegada de venezolanos suelen estar contruidos a partir de cifras y eventos que sugieren una idea negativa.

Hipótesis 3 (H3): Las noticias difundidas por los medios de comunicación en Colombia y Ecuador tienden a ser construidas a partir de datos que obtienen de las fuentes o actores oficiales que informan sobre temas de la migración venezolana, lo que genera una cobertura parcializada de la información.

2. Contexto de la investigación

La migración venezolana es una respuesta al aumento de la crisis interna que se ha gestado de forma paulatina durante los últimos cinco años en ese país, un período marcado por la inestabilidad política y económica (Pineda y Ávila 2019). El fenómeno migratorio que vive Venezuela es el resultado de diferentes contextos sociales. Sobre esto, resalta la falta de soluciones a “las necesidades de la población, sometidas al deterioro de la calidad por la ausencia de servicios básicos, inseguridad ciudadana, precariedad de salarios, alto costo de alimentación, deficiencia en los servicios de salud y el nivel de confrontación de los actores políticos” (Observatorio Venezolano de Conflictividad Social 2019, 13).

Colombia y Ecuador se han convertido en países objetivo para los migrantes venezolanos, principalmente por la facilidad de acceso, las ventajas de una moneda internacional —que mejora significativamente el poder adquisitivo en relación al cambio de moneda con el bolívar venezolano—, la cercanía con el propio país, el manejo del idioma y otras similitudes entre estas tres naciones. Algunos migrantes también han considerado Colombia y Ecuador como territorios y lugares de tránsito para incorporarse luego a otros países cercanos como Perú, Chile y Argentina (Ramírez, Linares y Useche 2019; Pineda y Ávila 2019). Durante el año 2019, el movimiento migratorio intrarregional de venezolanos estuvo posicionado en reiteradas ocasiones dentro de las agendas informativas, ocupando un lugar significativo en distintos medios de comunicación de la región debido al nivel de desplazamiento que representó. Entre la cobertura informativa que difundieron medios resalta la columna de la organización Human Rights Watch (HRW) “Los caminantes venezolanos”, que asegura que “los venezolanos salen de la frontera a pie, caminando un promedio de 16 horas por día, en general durante unos 13 días” (Taraciuk 2018).

El Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR) y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) estiman que, desde el último trimestre de 2015 hasta diciembre de 2019, el número de personas venezolanas que abandonaron su país fue de 4,5 millones (Plataforma de Coordinación para Refugiados y Migrantes de Venezuela 2020). De esta cifra, en Colombia se contabilizan, hasta diciembre de 2019, cerca de 1 800 000 ciudadanos migrantes y refugiados; en el caso de Ecuador, serían un poco más de 360 000. Estos números ubicarían a la población de venezolanos en Colombia¹ y Ecuador² como la mayor comunidad de inmigrantes en ambos países durante 2019.

Venezuela pasó de caracterizarse por ser receptor de inmigrantes (de países como Colombia, España, Portugal y Perú)³ a ser un país emisor de migrantes. Sobre esta idea, cifras publicadas por la Unidad Administrativa Especial de Migración de Colombia (2020) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador (2020) ubican a los venezolanos en el primer lugar de la lista de nacionalidades que ingresaron en mayor cantidad a Colombia y Ecuador durante 2019 (Tabla 1).

Tabla 1
Registro de entrada de extranjeros a Colombia y Ecuador según el país de procedencia, 2019

Colombia			Ecuador		
País de procedencia	N.º de personas	%	País de procedencia	N.º de personas	%
Venezuela	1 095 706	27,4 %	Venezuela	509 285	29,9 %
Estados Unidos	707 847	17,7 %	Estados Unidos	310 858	19,7 %
México	202 050	5,07 %	México	310 858	15,2 %
Perú	183 739	4,6 %	Perú	144 891	7,1 %
Argentina	183 731	4,6 %	España	120 133	5,9 %

Fuente: CO Unidad Administrativa Especial de Migración (2020) y EC Instituto Nacional de Estadística y Censos (2020)

Elaboración propia

— 25 —

3. Marco teórico

3.1. Perspectivas desde la agenda setting y el framing

Los investigadores Maxwell McCombs y Donald Shaw, en el año 1968, iniciaron sus primeros estudios sobre la *agenda setting* (traducido literalmente como ‘fijación de la agenda’). Estos autores utilizaron la obra de Walter Lippmann *Public Opinion* (1922) como punto de partida para nuevos estudios que explicaran la formación de la opinión pública a partir de la dependencia con respecto a los medios informativos.

¹ Los datos del informe colombiano *Mercado laboral-Población migrante venezolana* aseguran que un 3,4 % del total de la población en Colombia es de origen venezolano (CO Unidad Administrativa Especial de Migración de Colombia 2020).

² Según cifras del Registro Estadístico de Entradas y Salidas Internacionales 2019 de Ecuador, “los extranjeros de nacionalidad venezolana son los que registran el mayor porcentaje de entradas al país con un 24,9 %” (EC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2020).

³ Según datos de la distribución que presentó el censo realizado en Venezuela durante 2011, que ubicó a colombianos, españoles, portugueses y peruanos como las principales nacionalidades extranjeras en Venezuela (VE Instituto Nacional de Estadísticas 2014).

Los aportes de McCombs y Shaw se basaron en estudiar la influencia que ejercieron las campañas electorales sobre la conducta política durante las elecciones presidenciales en la localidad de Chapel Hill, Carolina del Norte, Estados Unidos. Buscaban dar explicación a la manera en que se jerarquizan las noticias en los medios y cómo influyen en la percepción del espectador frente a los hechos sociales. Esto tuvo como resultado la teoría de la *agenda setting*, que se abriría paso formalmente en 1972, e importantes investigaciones que marcarían un precedente para entender la naturaleza de las noticias que se generan día a día (McCombs 2006, 32).

La teoría de la *agenda setting* forma parte de los estudios sobre la configuración de la opinión pública que explican los efectos e influencias de la comunicación sobre el público. Según ella, los temas que los medios informativos posicionan como los más importantes son transferidos a los ciudadanos (21). De esta manera, las audiencias ponen especial atención a determinados hechos que muestran los ecosistemas mediáticos, lo que permite la formación de la opinión que los ciudadanos tienen de un evento o hecho social. La *agenda setting* plantea que, a partir de las noticias que proponen los medios de comunicación de masas —entre los que se encuentran la televisión, la radio, la prensa y, en los últimos años, internet—, se construye lo que Lippmann (1922) denominaría un *pseudoambiente* o *pseudoentorno*. Este planteamiento sobre la percepción de los repertorios de temas que presentan los medios también incluye las imágenes y perspectivas⁴ que los informativos muestran como noticia. En su mayoría, no siempre responden a un ambiente real, pues se debe considerar que ese proceso de construcción, jerarquización y selección de las informaciones en los medios siempre deja por fuera a otras realidades que no son difundidas (McCombs 2006, 28).

Los medios establecen los temas en la agenda informativa del día en función de la importancia que asignen a la noticia; por ejemplo, si tiene o no vigencia, si es o no influyente, si hay o no que prestarle atención. Esta acentuación al momento de elegir las noticias que van a difundirse genera una “agenda de atributos” en la que se suman tonos afectivos que matizan los mensajes con emociones y sentimientos y permiten que “los elementos de un tema que presentan los medios —la agenda de atributos— moldeen nuestro punto de vista y nuestras opiniones” (237).

Así pues, se brinda cierta orientación a los receptores para tomar una postura sobre el tema que presenta el medio (McCombs y Evatt 1995). Sin embargo, también se hace énfasis en la percepción y generación de los asuntos sociales, condicionadas en buena parte por la contribución de la agenda informativa. De esta forma, cada vez que se abre un periódico, se observa un noticiero o se lee una página web de noticias, el medio nos indica los asuntos que debemos conocer y, por ende, sobre los que opinar y comentar. Esto hace que “los medios de comunicación tengan el poder de definir, precisamente, la agenda que el lector o el espectador tendrá presente” (Boni 2008, 115).

⁴Entiéndase perspectiva como punto de vista y, por ende, una realidad construida por los periodistas.

Por otro lado, también se suman las ideas derivadas desde la teoría del *framing*, a cuya construcción han aportado distintas disciplinas. En 1923, desde la sociología interpretativa, William I. Thomas exploró el concepto de definición de la situación, que orientaba a explorar los modos en que el sujeto conoce la realidad y la forma en que incide en su conducta. Sin embargo, fue el antropólogo Gregory Bateson, desde el campo de la psicología social, quien en 1954 propuso el término *frame* en un ensayo presentado en un evento de la American Psychiatric Association (APA) en México, para dar una explicación a los diferentes fenómenos de interpretación durante el proceso comunicativo que surge con la recepción de los mensajes.

Dos décadas después del desarrollo de estos matices de carácter psicológico expuestos por Bateson, el sociólogo Erving Goffman publicó en su libro *Frame analysis* (1974) una nueva perspectiva para estructurar las experiencias sociales que las personas tienen en el transcurso de sus vidas sociales. Estos planteamientos del encuadre o marcos de referencia primarios “permite[n] al usuario situar, percibir, identificar y etiquetar un número aparentemente infinito de sucesos concretos definidos en sus términos” (Goffman 2006, 20).

Este enfoque teórico nos ayuda a clasificar la información e interpretarla de manera significativa en nuestro mundo. La teoría del *framing* o encuadre (*frames*) da la idea de un gran marco que los medios establecen para mirar un tema y otorgarle su propio interés. Esto, con la intención de “seleccionar algunos aspectos de una realidad y darles más relevancia en un texto comunicativo, de manera que se promueva una definición del problema” (Entman 1993, 52).

Esta teoría hace más sencillo entender el contenido de cada noticia, al recordar y acercar a la audiencia a concebir los mensajes desde una representación específica en la que se exponen aspectos específicos sobre los hechos o eventos y que termina modificando la forma de pensar que tiene la audiencia respecto de ellos (Aruguete 2011). Nos permite comprender cómo se construyen las noticias y cómo impactan en la opinión pública. La información que reciben las personas por parte de los medios de difusión se muestra a través de un marco que presenta una idea cerrada sobre el hecho (Casermeiro de Pereson 2003). Se puede formar el pensamiento de las audiencias cuando la producción de los mensajes desde los medios pone especial acento en el encuadre o marco de la información. Esto define un proceso en el que se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis o importancia (Entman 1993).

Se parte de dos acciones básicas al evocar estas teorías: 1) seleccionar el tema; y 2) enfatizar las expresiones e imágenes para darles la perspectiva o el ángulo que busca el medio de comunicación, lo que también puede afectar a la audiencia para predeterminar o moldear la forma en que entiende la realidad que se le muestra (Charron 1998). Es importante resaltar que la primera fuente de influencia a la hora de brindar un marco es el periodista, no solo por tener el primer acercamiento con la noticia, sino también por su aporte esencial al estructurar y dar sentido activamente a la información que recibe. Esto se

debe a que el *frame* es moderado por variables como la ideología, los intereses, las actitudes y las normas profesionales preconcebidas por el medio o el periodista (Scheufele 1999).

Así, la teoría del *framing*, definida a finales de la década de 1990, tuvo su origen en un segundo nivel de la *agenda setting* que se desarrolla en los medios de comunicación para identificar los atributos que los ecosistemas mediáticos otorgan a la lista de los temas noticiosos del día (McCombs 1997).

3.2. Migración en los medios de comunicación

Las historias de las diferentes migraciones internacionales que se cuentan a través de los medios de comunicación interconectan a los usuarios con las diferentes realidades de movilidad humana que vive el mundo. Día a día, los medios son un instrumento significativo para la producción y distribución de productos comunicativos en diferentes formatos informativos sobre las condiciones migratorias (Oroza y Puente 2017). Al respecto, Niklas Luhmann sostiene que estas “construcciones de realidades que ofrecen los medios de comunicación de masas tienen efectos muy profundos sobre la percepción, decisiones e inseguridades” (2000, 126).

Desde este planteamiento, se puede inferir que las estructuras discursivas que encontramos en los *mass media* suelen enfatizar los argumentos de migración desde varias categorías temáticas en que evalúan al *otro* como un exogrupo. Para entender esto, Teun Adrianus van Dijk (2003) explica que estos tópicos están principalmente orientados a destacar las diferencias, la maldad o la amenaza. Es así como estos discursos fijados a través de las noticias se convierten en temas de conversación ciudadana, y de allí la posibilidad de posicionar temas como la migración, que pueden despertar enfoques o implicaciones negativas dentro de los diferentes grupos sociales. De esta manera, es común que los temas referentes a la migración denoten y connoten un tratamiento basado en términos como “invasión”, “inundación”, “amenaza” o “un problema grave” (Igartua y Muñiz 2004; Van Dijk 2007).

Con esta visión se sitúa la importancia de los diferentes discursos configurados para representar a los migrantes, puesto que generan nuevas realidades dentro de los paradigmas culturales que existen en las comunidades de acogida. Esta asignación de atributos a grupos minoritarios es cada vez más frecuente en la prensa, lo que coincide con una realidad paralela: las noticias negativas que suelen presentarse en medios donde se asocia directamente a los grupos migrantes o una nacionalidad en específico con acciones delictivas o criminales pueden exacerbar “una especie de correlación ilusoria o percepción entre las dos variables” (Igartua, Muñiz y Cheng 2005, 146).

Las personas en movilidad humana, al llegar a nuevos espacios sociales, muchas veces son objeto de segregación, lo que conlleva actos de discriminación o rechazo, debido a la xenofobia o el racismo. Coincidiendo con la idea planteada por el sociólogo

mexicano Rodolfo Stavenhagen (1994), estas diferencias con aquel que es extraño o distinto fomentan la construcción de una frontera interna frente a las diferencias físicas y culturales que frecuentemente conduce a un prejuicio hacia el *otro*. Surge entonces la necesidad de reducir las diferencias entre realidad y percepción.

No solo se manifiesta una intención de superioridad, sino también una forma de violencia que formula una ideología radical de rechazo frente a aquel que es de otro lugar. Por consiguiente, la xenofobia se presenta como una dificultad para la integración de los nuevos movimientos migratorios en las sociedades de llegada. La autora Judith Salgado (2003) indica que esta estigmatización de lo *ajeno* forma parte de una manifestación de rechazo fundamentada en imaginarios sociales que se contraponen a una cultura progresista y transcultural.

Gustave Le Bon (1895), en un estudio sobre la psicología de las multitudes, se refiere al poder que tiene la palabra y a la relación con las imágenes que esta evoca. La estrecha relación que guardan ambos elementos de la comunicación, palabra e imagen, juega un rol importante en la construcción de las realidades, de la que también los medios forman parte, y más aún desde la psicología del grupo.

Cuando una imagen ha sido suficientemente repetida y hay unanimidad en esta repetición se forma lo que se llama una opinión establecida e interviene el poderoso mecanismo del contagio [...]. La acción del contagio puede hacerse sentir a la distancia bajo la influencia de eventos que les otorgan a todas las mentes una tendencia precisa. (56)

El periodismo de hoy, en su rol de construcción social, tiene el poder de determinar las imágenes sobre un tema o hecho social a través de los marcos de interpretación que ofrece. La propia naturaleza de los ecosistemas mediáticos permite la distribución de esas imágenes, que, al ser negativas, fomentan los estereotipos y prejuicios hacia las comunidades migrantes. Por ello, las noticias con contenidos relacionados directamente con migrantes de una nacionalidad específica pueden generar una dimensión desproporcionada que aliente la elaboración de prejuicios y estereotipos sociales negativos del *otro*. Este factor se presenta como mínimo común denominador en las informaciones que difunde la prensa, y converge con el planteamiento de Seiter (1986), quien destaca que los medios de comunicación son parte fundamental en la construcción de narrativas que con frecuencia generalizan y enmarcan las acciones de un grupo étnico en particular.

4. Metodología

Para seguir con el desarrollo de esta investigación de carácter exploratorio, se recurrió a la metodología cuantitativa del análisis de contenido, que, “a partir de ciertos datos verbales, simbólicos o comunicativos ofrece la posibilidad de formular

inferencias reproducibles y válidas que pueden aplicarse en su contexto” (Krippendorff 1980, 27). Así, se llegó a la interpretación sistemática de cada una de las unidades de análisis, a fin de establecer una relación entre emisor y audiencia para acercarnos al significado de cada mensaje. Tal como describe Rodrigo Santillán en *El lenguaje en el periodismo de opinión*, este método “tiene la finalidad de formular inferencias para deducir, relacionar, comparar a partir de los datos que se obtengan de la investigación” (2006, 142).

4.1. Unidades de contexto

La investigación contempló analizar los contenidos informativos generados durante 2019 en las plataformas digitales de dos medios, ubicados uno en Colombia y otro en Ecuador, países que durante el período indicado compartieron una misma realidad, al ser receptores de la migración venezolana. Se recurrió a estadísticas nacionales (Tabla 2) para identificar los diarios más visitados, y se obtuvo el siguiente resultado.

El Tiempo es un diario impreso privado con sede en Colombia. Fue fundado en enero de 1911. Este medio de circulación nacional, perteneciente a Casa Editorial El Tiempo, inició sus operaciones en formato digital en noviembre de 1995, bajo el dominio Eltiempo.com. Según el *ranking* de visitas mensuales publicado en noviembre de 2019 por *La República*, se ubica en el primer lugar, con alrededor de 9,2 millones. El diario asegura, en un trabajo especial publicado en su sitio web, que “eltiempo.com se ha mantenido en el primer lugar de visitas del sondeo de Cifras y Conceptos en los últimos 10 años” (El Tiempo 2018).

Por su parte, *El Comercio* es un diario privado ecuatoriano fundado en enero de 1906, y es propiedad de Grupo El Comercio. Tiene una versión electrónica en línea que fue lanzada en enero de 1996 bajo el dominio Elcomercio.com. Según un informe digital sobre visitas mensuales promedio a medios de comunicación digitales en Ecuador, *El Comercio* se sitúa en primer lugar, con un aproximado de 10,9 millones de visitas al mes (Mentinho y Formación Gerencial Internacional 2019). El sitio web corporativo señala que “la edición digital de *El Comercio* es uno de los sitios más visitados del Ecuador, que se caracteriza por tener actualización permanente de noticias” (Grupo El Comercio 2015)

En ambos casos se tuvo en cuenta que los medios digitales han generado mayor cercanía a las audiencias, lo que da a la información difundida la característica de inmediatez y facilidad de acceso; así, “estos espacios digitales [son] una alternativa para informar a diversos públicos y llegar con nuevos contenidos a miles de usuarios” (Rivera 2013, 112). Tanto *El Tiempo* como *El Comercio* se identificaron por su presencia histórica en la web, un nivel nacional de penetración por su alto número de visitas mensuales, y facilidad y fluidez en el acceso a la información archivada.

Tabla 2
Medios de comunicación digitales más visitados en Colombia y Ecuador, 2019

Colombia			Ecuador		
#	Medio	N.º de visitas (en millones)	#	Medio	N.º de visitas (en millones)
1	www.eltiempo.com	9,2	1	www.elcomercio.com	10,9
2	www.caracoltv.com	9	2	www.eluniverso.com	7,2
3	www.canalrcn.com	7,8	3	www.metroecuador.com.ec	3,7
4	www.pulzo.com	7,7	4	www.ecuavisa.com	3,2
5	www.bluradio.com	6,3	5	www.lahora.com.ec	1,8

Fuente: La República (2019) y Mentinno y Formación Gerencial Internacional (2019)
Elaboración propia

4.2. Unidades de análisis y tamaño de la muestra

Las unidades de análisis identificadas están conformadas por todas las noticias en las que se hace mención a las diferentes facetas de la migración venezolana, publicadas en el período comprendido desde el 1.º de enero de 2019 hasta el 31 de diciembre de 2019. Esta selección analizó 435 contenidos noticiosos de *El Tiempo* y 446 de *El Comercio*, para un total de 881 unidades distribuidas en diferentes secciones informativas y redactadas en los diversos géneros periodísticos: noticias, editoriales, entrevistas, notas de opinión, informes de análisis y columnas. También se buscaron ediciones digitales anteriores para identificar los contenidos noticiosos referidos a los términos claves relacionados con el objeto de estudio: *Venezuela*, *migración* y *venezolanos*.

— 31 —

4.3. Manual de códigos

Desde el enfoque metodológico, la investigación siguió las fases propuestas por Porta y Silva (2003), quienes sugieren la construcción de un libro o manual para la codificación de las unidades (*codebook*). En principio se asignó un número de identificación para diferenciar a cada una, así como el día y el mes de publicación. Entre las variables críticas que se codificaron durante la investigación podemos destacar el uso de los temas (*issues*), que responden a los acontecimientos que abordaron los diarios durante la cobertura periodística, para analizarlos en conjunto (McCombs y Evatt, 1995). Las menciones a la migración venezolana se agruparon en las temáticas: 1) flujo irregular de migrantes con respecto a la llegada o salida de venezolanos; 2) regulación migratoria, en la que se abordan las normativas expuestas por los Gobiernos sobre temas de movilidad humana;

3) actos de xenofobia o discriminación; 4) casos de conflictos, delincuencia o muerte en los que se vincula a venezolanos directamente como actores de la noticia; y 5) políticas públicas de igualdad social impulsadas por los Gobiernos en sociedades de acogida de la comunidad venezolana.

Otra de las variables que se identificaron fue la caracterización de los titulares. Al ser este contenido de gran importancia en la era digital, por su característica de atraer lectores, se lo codificó en cuatro categorías ponderadas: 1 = informativo, si se explica qué ha pasado, quiénes son los sujetos y cuál es la acción que ha hecho quién (Tankard 2001); 2 = temático, cuando solo se enuncia el tema de la información, aunque permite identificar la noticia (Martínez 1974); 3 = apelativo, si hay una carga expresiva que busca llamar la atención de la audiencia y apelar a sus sentimientos (Martínez 1974); y 4 = expresivo, si no se aporta información sobre algún hecho, sino que se evoca algo que se presume conocido pero a veces contiene cierta dosis de ironía (Tankard 2001).

Al mismo tiempo, durante la codificación se identificó la fuente que predominaba en la información, según la tipología propuesta por Chaparro y Berganza (2012): 1 = oficiales, 2 = expertas, 3 = particulares, 4 = documentales, 5 = empresas privadas, 6 = ONG, asociaciones o colectivos, 7 = organizaciones políticas y 8 = no identificadas o anónimas. También se analizaron los encuadres genéricos propuestos por Semetko y Valkenburg (2000), compuestos por veinte variables. Para esta codificación se plantearon opciones de respuestas que brindaran información matizada al usar una escala de valoración de Likert: 1 = mucho, 2 = bastante, 3 = algo, 4 = poco, 5 = nada, 97 = no aplica (ver Tabla 3). La información fue sistematizada mediante el programa estadístico informático Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)

— 32 —

Tabla 3
Encuadres genéricos

-
1. **Atribución de responsabilidad**
 - 1.1. ¿La información sugiere que algún nivel del Gobierno tiene responsabilidad en el asunto o problema?
 - 1.2. ¿La información sugiere que algún nivel del Gobierno es responsable del problema?
 - 1.3. ¿La información sugiere soluciones para el problema abordado?
 - 1.4. ¿La información sugiere que un individuo o grupo social tiene responsabilidad en el asunto?
 - 1.5. ¿La información sugiere que el problema requiere de una acción urgente?

2. **Interés humano**

- 2.1. ¿La información proporciona un ejemplo o “rostro humano” sobre el tema?
 - 2.2. ¿La información emplea adjetivos o descripciones personales que generen sentimientos de agravio, empatía, simpatía o compasión?
 - 2.3. ¿La información enfatiza cómo los individuos y los grupos se ven afectados por el problema?
 - 2.4. ¿La información aborda la vida privada o personal de los actores?
 - 2.5. ¿Contiene información visual que podría generar sentimientos del agravio, empatía, simpatía o compasión?
-

3. **Conflicto**

- 3.1. ¿La información refleja desacuerdo entre partidos políticos, individuos, grupos, instituciones o países?
 - 3.2. ¿Algún partido político, individuo, grupo, institución o país realiza algún tipo de crítica o reclama a otro político, individuo, grupo, institución o país?
 - 3.3. ¿La información se refiere a dos o a más posturas sobre un problema o asunto?
 - 3.4. ¿La información se refiere a ganadores y perdedores?
-

4. **Moralidad**

- 4.1. ¿La información contiene algún mensaje moral?
 - 4.2. ¿La información hace referencia a la moral, a Dios o a otros principios religiosos?
 - 4.3. ¿La información ofrece prescripciones sociales específicas que sugieran cómo se debería actuar?
-

5. **Consecuencias económicas**

- 5.1. ¿Hay alguna mención de pérdidas o ganancias económicas que pudieran producirse?
 - 5.2. ¿Hay alguna mención de los costos o grado de gastos asociados con el asunto o problema narrado?
 - 5.3. ¿Hay alguna referencia a las consecuencias económicas de seguir o no seguir determinada acción?
-

Uso de valoración de la escala de Likert: 1 = mucho, 2 = bastante, 3 = algo, 4 = poco, 5 = nada, 97 = no aplica

Fuente: Semetko y Valkenburg (2000)

Elaboración propia

5. Resultados

Aplicando los planteamientos teóricos y metodológicos a las 881 unidades analizadas en las versiones digitales de *El Tiempo* (435), que representan un 49,4 % de la muestra, y *El Comercio* (446), con un 50,6 % del total (ver Tabla 4), se identificaron varios aspectos de interés que consolidan la capacidad para fijar imágenes en la opinión pública, lo que hace que los encuadres informativos propuestos por las salas de prensa tengan una gran importancia en el acontecer social.

Tabla 4
Distribución de las unidades analizadas sobre la migración venezolana en los diarios *El Tiempo* (Colombia) y *El Comercio* (Ecuador), en porcentaje

Medio digital	Frecuencia	Porcentaje
www.eltiempo.com	435	49,4 %
www.elcomercio.com	446	50,6 %
Total	881	100,0 %

Fuente y elaboración propias

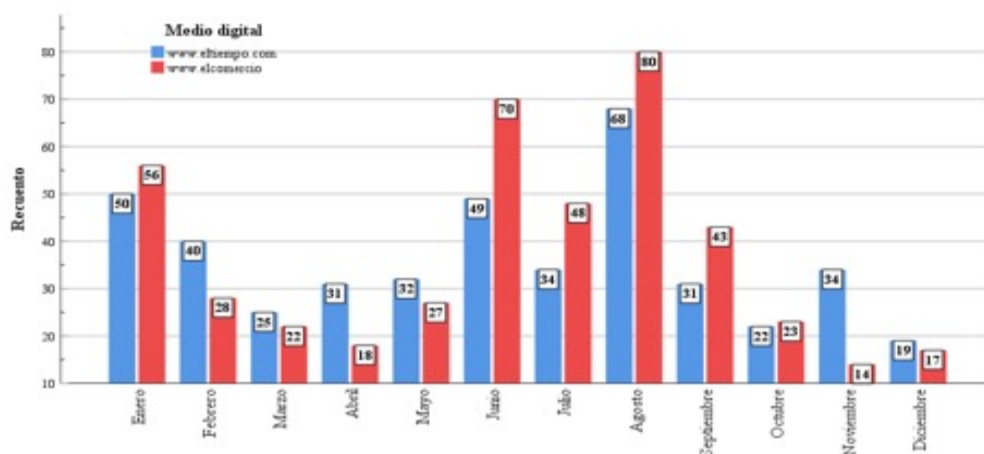
Los períodos que destacan por su mayor cobertura sobre la migración venezolana corresponden a los meses de enero, junio, agosto y septiembre de 2019 (Gráfico 1). En el análisis de contenido y contraste de la información, se puede considerar que la mayor cobertura informativa de estos meses coincide con temas, anuncios o eventos que pusieron a la comunidad venezolana en Ecuador en las agendas mediáticas de ambos medios de comunicación. Por ejemplo, el 22 de enero de 2019, *El Comercio* publicó: “Venezolanos manifestaron su apoyo a la justicia del Ecuador en investigaciones del femicidio de Diana en Ibarra”; el caso también fue informado en Colombia por *El Tiempo* el 21 de enero: “Feminicidio en Ecuador genera xenofobia y control para venezolanos”. En la cobertura informativa que mantuvieron ambos medios, además de destacarse el origen del homicida, se otorgaba a este hecho un motivo de nuevas exigencias de movilidad humana: “Ecuador pide antecedente judicial a venezolanos tras feminicidio” (*El Tiempo*, 21 de enero de 2019) y “Requisito complicará el flujo de migrantes en Ecuador” (*El Comercio*, 22 de enero de 2019).

Las noticias que abordan temas de migración son mediáticamente atractivas debido a la interacción que generan en las audiencias. La movilización de personas entre sociedades siempre estará presente, no es un hecho nuevo, y además no todos los casos tienen un mismo motivo extraño (De la Garza 2011). El carácter vinculante de una persona en movilidad humana varía: puede darse por oportunidades de empleo, con-

flictos armados, problemas económicos, desastres naturales, restricciones políticas o simplemente por la necesidad de cambiar la dinámica de vida y conocer nuevos espacios (Organización Internacional para las Migraciones 2012). Buena parte de la imagen que tenemos sobre las personas en movilidad humana es responsabilidad de los medios. La diáspora venezolana ha despertado distintos brotes de discriminación. Estas interseccionalidades, entre distintos marcadores, generan una diversidad de situaciones de vulneración de los derechos de las personas.

Gráfico 1

Recuento por mes de las noticias analizadas sobre la migración venezolana en los diarios *El Tiempo* (Colombia) y *El Comercio* (Ecuador), 2019



— 35 —

Fuente y elaboración propias

Sobre esto, vale destacar la influencia que tienen sobre los Gobiernos las agendas mediáticas. En muchos casos, estas los orientan a tomar medidas o focalizar su atención en los problemas que muestran, por el peso de la opinión pública; este modelo permite formular proposiciones de alcance más general sobre la función que cumplen los Gobiernos y sus efectos (Charron 1998, 72). Luego de la difusión de las noticias del femicidio en Ibarra, en que se enfatizó la nacionalidad del actor, el Gobierno ecuatoriano endureció las medidas de ingreso al país para personas venezolanas, como informa el titular publicado por *El Comercio* el 25 de enero de 2019: “Ecuador pone en vigencia requisito para ingreso de ciudadanos venezolanos”. Las noticias posteriores relataron que decenas de migrantes estaban en pasos fronterizos ecuatorianos sin la posibilidad de acceder por la falta del requisito, lo que además implicaba un sinfín de problemas en procesos de movilidad humana.

Otro período con gran cobertura fue el mes de junio, debido a las nuevas exigencias migratorias en Ecuador y Perú: “Migrantes venezolanos aceleraron su viaje antes de que entre en vigencia el pedido de visa para ingresar a Perú”, tituló *El Comercio* en su sitio web el 10 de junio de 2019. Durante ese mes, en Colombia también se reportó el incremento de migrantes a través de informaciones en la agenda mediática de *El Tiempo*: “Colombia está llegando al límite en recepción de venezolanos” (25 de junio de 2019). La misma realidad se difundiría en los meses posteriores, agosto (“Frontera de Ecuador y Perú, con alto flujo de venezolanos”, de *El Tiempo*, el 25 de agosto de 2019) y septiembre (“Colombia pide a Ecuador reconsiderar exigencia de visa a venezolanos”, de *El Tiempo*, el 9 de septiembre de 2019, y “Colombia pide a Ecuador y Perú corredor humanitario para venezolanos”, de *El Comercio*, el 8 de septiembre de 2019).

Si bien es cierto que el desconocimiento del otro genera miedo, en la prensa vemos un sinfín de noticias que han contribuido a esa imagen desconocida del extranjero o el otro. Incluso, estos medios titularon la llegada de venezolanos a manera de “advertencia”, haciendo énfasis en las cifras: “Tras apertura de frontera, han cruzado 30 000 personas desde Venezuela” (*El Tiempo*, 8 de junio de 2019), “Más de 13 000 ciudadanos venezolanos llegaron a Ecuador en el último fin de semana sin visa” (*El Comercio*, 26 de agosto de 2019), “Más de 3 600 venezolanos pasaron de Perú a Bolivia en el segundo trimestre” (*El Comercio*, 26 de agosto de 2019), “200 venezolanas, al mes, llegan a tener bebés a Barranquilla” (*El Tiempo*, 8 de octubre de 2019), etc.

Así, se genera una expectativa de “invasión”, cuando en realidad muchas de estas cifras solo se basan en proyecciones; se trata de lo que Van Dijk (2007) denominaría un “juego de cifras”, una estrategia para poner énfasis en las cantidades de personas extranjeras que han llegado. De este modo, podemos confirmar la primera hipótesis expuesta a partir de la derivación de la teoría y el trabajo empírico.

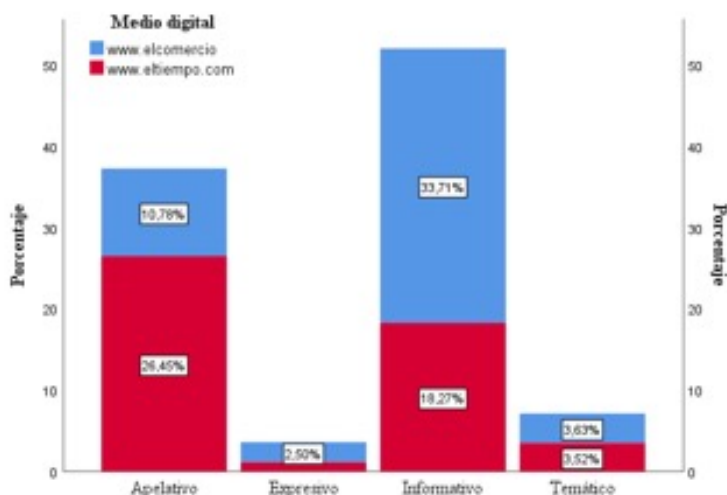
Otro hallazgo interesante en la investigación fue analizar los tipos de titulares que ambos medios suelen usar para caracterizar las noticias sobre la migración venezolana en cada uno de los países. Aunque el que más se utiliza es el informativo (en el 33,71 % de las noticias difundidas por *El Comercio*), vale resaltar la diferencia con la construcción de titulares apelativos, con una carga expresiva que apela a los sentimientos del lector. A diferencia de *El Comercio* (10,78 %), *El Tiempo* (con un 26,45 %) suele construir sus titulares de forma más emocional (Gráfico 2): “En Venezuela iba al liceo, pero en Soacha es trabajadora sexual” (8 de enero de 2019), “Éxodo de venezolanos obliga a extender la calamidad en N. de Santander” (20 de agosto de 2019), “Las verdes y las maduras de un venezolano para trabajar y sobrevivir” (30 de septiembre de 2019), etc.

También es importante considerar el rol del actor que impulsa la generación de la noticia, porque crea la necesidad de informar y en un principio genera un marco noticioso al momento de ofrecer sus declaraciones a la prensa. Esa figura metacomunicativa en muchos de los casos pone énfasis en la nacionalidad y el origen. En la Tabla 5 se pueden observar las fuentes utilizadas por los periodistas o redactores para generar la noticia, se-

gún sean fuentes oficiales, expertas, particulares, documentales, anónimas, empresas del sector privado, organizaciones políticas u ONG, asociaciones o colectivos.

Gráfico 2

Distribución de los tipos de titulares sobre la migración venezolana en los diarios *El Tiempo* (Colombia) y *El Comercio* (Ecuador), en porcentaje



Fuente y elaboración propias

Los números en ambos medios dejan ver cómo la noticia es construida generalmente desde el discurso de fuentes oficiales que responden a declaraciones de la administración pública o el aparato estatal. Tanto *El Tiempo* (67,1 %) como *El Comercio* (64,8%) suelen formular sus informaciones a partir de la representación oficial. Estas fuentes, al representar a autoridades y presentar información de carácter oficial (Van Dijk 2007), se convierten en datos o cifras, y reflejan una corresponsabilidad dentro del proceso de creación de imagen a través de un encuadre que ofrece la oportunidad de compartir la realidad desde una mirada distinta a la de las comunidades migrantes presentes en el país.

Adicionalmente, dentro de los hallazgos mencionados se destaca que estas fuentes oficiales suelen ser las que informan sobre temas relacionados con conflictos, delincuencia o casos de muerte. Tal es el caso de la noticia titulada “Autoridades desalojaron a migrantes de sitio público en Guayaquil tras incidentes con patinadores” (*El Comercio*, 1.º de octubre de 2019), en la que se describe:

Ramiro Ortega, comandante de la Zona 8, comentó que la acción dejó dos retenidos porque presuntamente son sospechosos de haber participado en delitos de acción pública en las intermediaciones de la Terminal Terrestre. Se presume que estarían vinculados al asalto y robo a mano armada a personas mediante el empleo de armas blancas.

De igual forma ocurre en *El Tiempo* con una noticia titulada “Cada 24 horas capturan a trece venezolanos por hurto en Bogotá” (27 de abril de 2019):

“La Alcaldía tiene un programa robusto y único de acogida y apoyo a la población venezolana, que incluye una ruta de registro, empleo y hasta alojamiento [...]. Pero es urgente que también se tomen medidas a nivel local y nacional para controlar el brote delincucional”, explicó una autoridad local.

Tabla 5

Distribución de las unidades analizadas sobre la migración venezolana en los diarios *El Tiempo* (Colombia) y *El Comercio* (Ecuador) por tipo de fuente, en porcentaje

Tipo de fuente		www.eltiempo.com	www.elcomercio.com	Total
Documentales	Recuento	22	4	26
	%	5,1 %	0,9 %	3,0 %
Empresas privadas	Recuento	9	6	15
	%	2,1 %	1,3 %	1,7 %
Expertas	Recuento	19	4	23
	%	4,4 %	0,9 %	2,6 %
No identificadas o anónimas	Recuento	2	3	5
	%	0,5 %	0,7 %	0,6 %
Oficiales	Recuento	292	289	581
	%	67,1 %	64,8 %	65,9 %
ONG, asociaciones o colectivos	Recuento	18	47	65
	%	4,1 %	10,5 %	7,4 %
Organizaciones políticas	Recuento	6	8	14
	%	1,4 %	1,8 %	1,6 %
Particulares	Recuento	67	85	152
	%	15,4 %	19,1 %	17,3 %
Total	Recuento	435	446	881
	%	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Fuente y elaboración propias

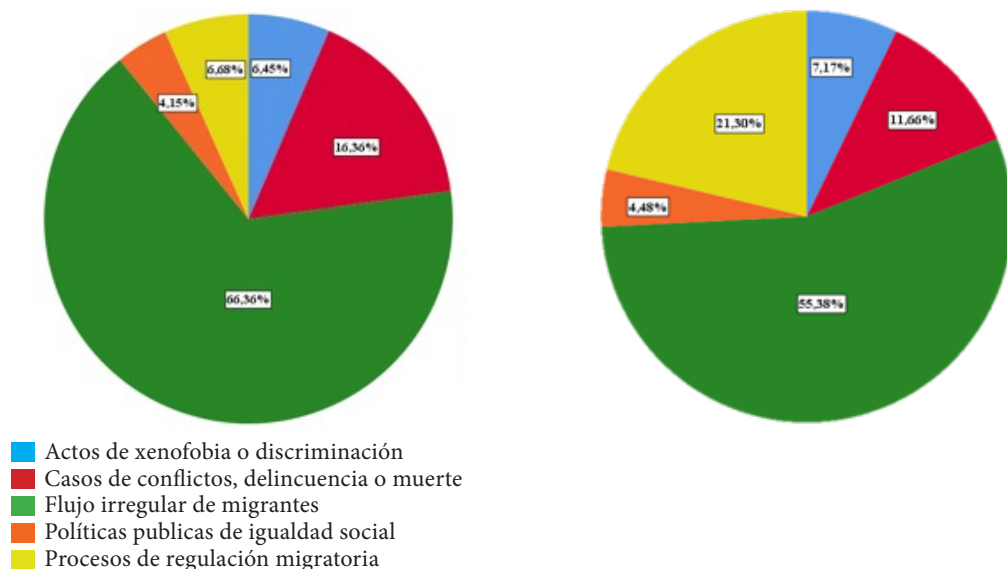
Lo manifestado por un presidente, ministro, alcalde o policía otorga cierto peso autoritario y por ende una imagen aparentemente real de los hechos sociales, lo que confirmaría las hipótesis 2 y 3 de esta investigación. En segundo lugar, ambos medios recurren a fuentes particulares que “representarían a los ciudadanos de a pie cuando no actúan de forma institucionalizada, sino a título personal” (Chaparro y Berganza 2012, 12). También destaca el uso que *El Tiempo* (5,9 %) otorga a la fuente documental, que permite construir información a partir de boletines o informes.

Como ya se ha mencionado, también se analizaron los temas a partir de la idea de *issues* planteada por Shaw en 1977, agrupando las temáticas difundidas con relación a la migración venezolana. El mayor tema abordado por ambos medios fue el de flujo irregular de migrantes, con un 66,36 % para *El Tiempo* y un 55,38 % para *El Comercio*. Sin embargo, existen diferencias cuando se abordan temas de conflictos, delincuencia o muerte —para los que registró una mayor cobertura el medio digital colombiano (16,36 %)— y temas de procesos de regulación migratoria —que cubrió más el medio ecuatoriano, con un 21,30 %—. Menor énfasis informativo se da a las noticias referidas a las políticas públicas de igualdad social impulsadas por los Gobiernos en las sociedades de acogida de la comunidad venezolana. Uniendo ambos medios solo se alcanza un 8,63 % del total de noticias analizadas (ver Gráfico 3).

Gráfico 3

Distribución de los temas sobre la migración venezolana en los diarios *El Tiempo* (Colombia) y *El Comercio* (Ecuador), en porcentaje

— 39 —



Fuente y elaboración propias

Finalmente, sobre los encuadres predominantes para “reflejar” la noticia (ver Tabla 6), en ambos medios destaca el marco de conflicto: un 44,8 % en el caso de *El Tiempo* y un 49,9 % en el de *El Comercio*. Este *frame* enfatiza las situaciones de conflictos entre individuos, grupos o instituciones, y se presenta como una manera de captar el interés de la audiencia. El segundo marco con mayor difusión informativa es el de las consecuencias económicas (con un 22,9 % para *El Tiempo* y un 19,9 % para *El Comercio*); este marco informa sobre eventos y problemas en términos de los efectos que tendrán económicamente en un individuo, grupo, institución, región o país. Los diarios analizados reflejaron en reiteradas ocasiones el gasto que significa atender a venezolanos en movilidad humana: por ejemplo, “¿Por qué Bogotá necesita \$ 21 billones para funcionar?” (*El Tiempo*, 13 de noviembre de 2019) o “EE. UU. entregará USD 30 millones a Ecuador para atender la crisis de migrantes venezolanos” (*El Comercio*, 20 de julio de 2019).

Tabla 6
Distribución de los encuadres genéricos propuesto
por Semetko y Valkenburg (2000), en porcentaje

Encuadres	<i>El Tiempo</i>	<i>El Comercio</i>	Porcentaje válido
Atribución de responsabilidad	12,1 %	9,9 %	100,0 %
Interés humano	17,4 %	11,7 %	100,0 %
Conflicto	44,8 %	49,9 %	100,0 %
Moralidad	2,8 %	8,6 %	100,0 %
Consecuencias económicas	22,9 %	19,9 %	100,0 %

Fuente y elaboración propias

6. Discusiones y conclusiones

La repetición de aspectos negativos en las noticias que conforman las agendas del día a día destaca esos puntos de vista. El papel de los medios de comunicación como fijadores de la agenda en la consecución de la cultura cívica conlleva un enfoque crítico, centrado en las consecuencias sociales de la práctica periodística, pues los medios en Ecuador están en la responsabilidad de no fomentar estereotipos ni prejuicios con contenido discriminatorio.

La razón más obvia para interesarse por los estudios de los encuadres noticiosos que han brindado los medios de comunicación ecuatorianos a los temas de migración internacional es su constante y creciente presencia en las agendas informativas de los diarios. En general, los medios cumplen un papel fundamental en la transmisión de las ideas sobre la migración; en su mayoría, sin embargo, suelen mostrar las dificultades que representan los grupos extranjeros dentro de las sociedades a las que llegan. Así, se hace a un lado, por ejemplo, la realidad y complejidad que resulta para un migrante establecerse en

otros lugares: los medios suelen referirse poco a la escasez de políticas públicas frente a fenómenos migratorios en los países latinoamericanos. Los periodistas no resaltan en las noticias la necesidad de trabajos de investigación sobre facilidad de tránsito o de derechos que aseguren la calidad de vida del migrante en movilidad humana.

Los editores o periodistas que difunden la noticia descuidan la premisa sobre la incidencia de los contenidos informativos en el ámbito del imaginario social, al otorgar a la nacionalidad un peso mayor que al hecho. Muchas veces, del modo de construcción de las noticias se desprenden los prejuicios o estereotipos sociales del periodista o del medio. Esta práctica tiene evidentes repercusiones en los juicios y las expresiones de la opinión pública sobre un acontecimiento particular, y de algún modo condiciona la acción de los ciudadanos en su cotidianidad.

Poner una nacionalidad o un estatus migratorio de “extranjero” a los actores vinculados directamente en delitos puede tener una fuerza de comunicación feroz. El desafío que enfrenta el periodismo frente a los procesos de globales de migración es ejercitar responsablemente el rol de información ciudadana, pues tiene el poder de informar o desinformar. Aun así, como ciudadanos somos responsables de elegir nuestras fuentes para cuestionar las narrativas y discursos, tomar decisiones y conducir nuestras vidas (Rojas y Vicuña 2019).

7. Referencias

- Aruguete, Natalia. 2011. “Framing. La perspectiva de las noticias”. *La Trama de la Comunicación* 15: 67-80. <https://bit.ly/3uDwcfL>.
- Bateson, Gregory. 1987. *Steps to an Ecology of Mind*. Northvale, NJ: Jason Aronson Inc.
- Boni, Federico. 2008. *Teorías de los medios de comunicación*. Barcelona: INO Reproducciones.
- Casermeyro de Pereson, Alicia. 2003. Los medios en las elecciones: *La agenda setting en la ciudad de Buenos Aires*. Buenos Aires: Editorial de la Universidad Católica Argentina. <https://bit.ly/2SHTV09>.
- Chaparro, María Angeles, y María Rosa Berganza. 2012. “El tratamiento informativo en los periódicos gratuitos”. En *Desarrollo y características de los diarios gratuitos en España*, coordinado por María Rosa Berganza, Mercedes del Hoyo y María Ángeles Chaparro, 143-60. Madrid: Dykinson.
- Charron, Jean. 1998. “Los medios y las fuentes: Los límites del modelo de *agenda setting*”. En *Comunicación y política*, editado por Gilles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon, 72-93. Barcelona: Gedisa.
- CO Unidad Administrativa Especial de Migración de Colombia. 2020. *Mercado laboral-Población migrante venezolana*. Bogotá: Unidad Administrativa Especial de Migración de Colombia.
- De la Garza, Cecilia. 2011. “Xenofobia”. *Laboreal* 7 (2). <https://journals.openedition.org/laboreal/7916>.
- EC Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2020. “Registro estadístico de entradas y salidas de ecuatorianos y extranjeros”. *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Accedido 13 de mayo. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales>.

- El Tiempo. 2018. “El Tiempo, primero entre los líderes, en impresos e internet”. *El Tiempo*. 4 de noviembre. <https://bit.ly/2S9lc6w>.
- Entman, Robert Mathew. 1993. “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”. *Journal of Communication* 43 (4): 51-8.
- Goffman, Erving. 2006. *Estigma: La identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Grupo El Comercio. 2015. “Portafolio”. Grupo *El Comercio*. 14 de enero. <https://www.grupoelcomercio.com/index.php/portafolio>.
- Igartua Juan José, y Carlos Muñiz. 2004. “Encuadres noticiosos e inmigración: Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas”. *ZER-Revista de Estudios de Comunicación* 9 (16). <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/5311>.
- , Carlos Muñiz, y Cheng Lifan. 2005. “La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso”. *Migraciones* 17: 143-81. <https://bit.ly/3uKpYuG>.
- Krippendorff, Klaus. 1980. “Validity in Content Analysis”. En *Computerstrategien für die Kommunikationsanalyse*, editado por E. Mochmann, 69-112. Fráncfort, DE: Campus. http://repository.upenn.edu/asc_papers/291.
- La República. 2019. “Medios tradicionales lideran también en audiencias digitales según Comscore”. *La República*. 9 de noviembre. <https://bit.ly/3od2RX3>.
- Le Bon, Gustav. 1895. *Psicología de las masas. Libro I: La mente de las masas*. Madrid: Verbum.
- Legler, Thomas, Andrei Serbin, y Ornela Garelli. 2018. “Introducción: La naturaleza compleja y multidimensional de la crisis venezolana”. *Pensamiento Propio* 47: 9-12. <https://bit.ly/2RhBijp>.
- Lippmann, Walter. 1922. *Public Opinion*. Nueva York: MacMillan Education.
- Luhmann, Niklas. 2000. *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Martínez, J. L. 1974. *Redacción periodística*. Barcelona: Editorial A.T.E.
- McCombs, Maxwell. 1997. “Building Consensus: The News Media’s Agenda-Setting Roles”. *Political Communication* 14: 433-43.
- . 2006. *Estableciendo agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós.
- , y Dixie Evatt. 1995. “Los temas y los aspectos: Explorando una nueva dimensión de la agenda setting”. *Comunicación y Sociedad* 8 (1): 7-32.
- Mentinho y Formación Gerencial Internacional. 2019. “Ranking digital: Medios de comunicación en Ecuador 2019”. *Mentinho y Formación Gerencial Internacional*. <https://bit.ly/3uKkKjx>.
- Observatorio Venezolano de Conflictividad Social. 2019. *Conflictividad social 2019*. <https://bit.ly/3bnmI0m>.
- Organización Internacional para las Migraciones. 2012. *Cambio climático, degradación ambiental y migración*. Ginebra: OIM. <https://bit.ly/3gUhxNO>.
- Oroza, Rebeca, y Yoannis Puente. 2017. “Migración y comunicación: Su relación en el actual mundo globalizado”. *Novedades en Población* 13 (25): 10-6. <https://bit.ly/3vVU5PQ>.

- Pineda, Esther, y Keymer Ávila. 2019. "Aproximaciones a la migración colombo-venezolana: Desigualdad, prejuicio y vulnerabilidad". *Revista Misión Jurídica* 12 (16): 59-78. <https://ssrn.com/abstract=3432746>.
- Plataforma de Coordinación para Refugiados y Migrantes de Venezuela. 2020. *Refugee and Migrant Response Plan 2020*. <https://r4v.info/es/documents/download/73277>.
- Porta, Luis, y Miriam Silva. 2003. "La investigación cualitativa: El análisis de contenido en la investigación educativa". *Anuario Digital de Investigación Educativa* 14: 1-18. <https://bit.ly/3qmWhyk>.
- Ramírez, Jacques, Yoharlis Linares y Emilio Useche. (2019). "(Geo)Políticas migratorias, inserción laboral y xenofobia: Migrantes venezolanos en Ecuador". En *Después de la llegada. Realidades de la migración venezolana*, editado por Cécile Blouin, 1-29. <https://bit.ly/3ogR367>.
- Rivera, José. 2013. "Medios digitales en Ecuador, cuántos son y qué hacen". *Chasqui* 122: 111-7. <https://bit.ly/3tUoMy>.
- Rojas, N., y J. Vicuña. 2019. *Migración en Chile: Evidencia y mitos de una nueva realidad*. Santiago de Chile: LOM Ediciones.
- Salgado, Judith. 2003. "Discriminación, racismo y xenofobia". *Revista Aportes Andinos* 7. <https://bit.ly/3biuIjt>.
- Santillán, Rodrigo. 2006. *El lenguaje en el periodismo de opinión*. Quito: CIESPAL. <https://bit.ly/33BY9J9>.
- Scheufele, Dietram. 1999. "Framing as a Theory of Media Effects". *Journal of Communication* 49: 103-22.
- Seiter, E. 1986. "Stereotypes and the Media: A Re-evaluation". *Journal of Communication* 36 (4): 14-26.
- Semetko, H. y P. Valkenburg. 2000. "Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News". *Journal of Communication* 50 (2): 93-109. <https://bit.ly/3wTh535>.
- Stavenhagen, Rodolfo. 1994. "Racismo y xenofobia en tiempos de la globalización". *Estudios Sociológicos* 12 (34): 9-16. <https://bit.ly/3yi6jV8>.
- Tankard, J. 2001. *Framing Public Life*. Nueva York: Routledge.
- Taraciuk, Tamara. 2018. "Los caminantes venezolanos: Huir a pie de un país en ruinas". *Human Rights Watch*. 5 de septiembre. <https://bit.ly/3y7zVo0>.
- Van Dijk, Teun. 2003. *Ideología y discurso: Una introducción multidisciplinaria*. Barcelona: Ariel.
- . 2007. "Discurso racista". En *Medios de comunicación, inmigración y sociedad*, editado por Juan José Igartua y Carlos Muñoz, 9-18. Salamanca, ES: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Vargas, Claudia. 2018. "La migración en Venezuela como dimensión de la crisis". *Pensamiento Propio* 47: 91-128. <https://bit.ly/3w1sbSz>.
- Vargo, Chris. 2011. "Twitter as Public Salience: An Agenda-Setting Analysis". Moeller Student Paper Competition Entry. The University of North Carolina at Chapel Hill. <https://bit.ly/3tDasPX>.
- VE Instituto Nacional de Estadísticas. 2014. *XIV Censo Nacional de Población y Vivienda: Resultados total nacional de la República Bolivariana de Venezuela*. <https://bit.ly/3w897IT>.