

Redes sociales: Un escenario propicio para la propagación de la xenofobia

[Santiago Díaz Moncada](#)

Facultad de Comunicación Social, Universidad Santo Tomás

Bogotá D.C. 2024

## **Tabla de contenido.**

- 1. Introducción.**
- 2. Problemática**
- 3. Pregunta problema**
- 4. Justificación**
- 5. Objetivos**
- 6. Estado del arte**
- 7. Marco referencial / Marco teórico**
- 8. Metodología**
- 9. Resultados**
- 10. Conclusiones**
- 11. Bibliografía**
- 12. Anexos**

### **1. Introducción:**

La xenofobia es un fenómeno social que ha permeado a la sociedad colombiana desde hace bastante tiempo atrás, aunque se ha incrementado por la creciente migración venezolana que ha tenido el país. Según el Observatorio Migratorio de Venezuela de la Universidad del Rosario “En el mundo hay 7’320.225 venezolanos

migrantes y, el 39,54 % de esta cantidad están en Colombia, según Migración Colombia, a octubre de 2022 se registró un total de 2'894.593" (Universidad del Rosario; El Tiempo, 2022, Pág. 2). De hecho, esta cantidad ya supera al número de habitantes que hay en Medellín, ciudad emblema y de gran importancia en Colombia donde, según el DANE, hay 2 '608.424 personas.

Esta situación, en conjunto con algunos prejuicios e imaginarios negativos sobre esta población, ha resultado en un gran aumento de la xenofobia en contra de los migrantes del país Bolivariano. Según Julio Daly, director de la plataforma el Barómetro de Xenofobia (institución que estudia, realiza y determina los índices de xenofobia de distintas poblaciones en América Latina) "La tasa de xenofobia en contra de las personas venezolanas se encontró en un 12% en comparación con un 9% el año pasado". (Daly; 2023, Pág. 3).

La xenofobia, definida por la RAE como "Odio, repugnancia u hostilidad hacia los extranjeros." (RAE, 2001). ha sido un fenómeno que ha perseguido al ser humano desde épocas inmemorables, incluso, siendo causal de algunos de los actos que se han convertido en puntos de inflexión y han marcado un antes y un después en la historia de la humanidad como, por ejemplo, el que quizás es uno de los crímenes más sanguinarios y renombrados históricamente, el genocidio en Rwanda, que demuestra el impacto que puede tener esta clase de odio en la sociedad, en palabras de la ONU "A 25 años del genocidio contra los tutsis en Rwanda, debemos analizar con rigor lo que ocurre en la actualidad y esforzarnos por erradicar las incitaciones al odio, al racismo y a la xenofobia para evitar que vuelva a ocurrir una atrocidad semejante" (ONU, 2019, Pag 1).

Otro caso de xenofobia, que ha perdurado a lo largo del tiempo, se presenta en la crisis migratoria que hay en Estados Unidos por la llegada de extranjeros latinos y extranjeros provenientes de culturas musulmanas, según el Programa de Defensa e Incidencia Binacional.

*Hay grandes índices de violación a los derechos humanos de las personas migrantes en México, entre sus víctimas se encuentran fácilmente a hombres, mujeres, niños y niñas migrantes, ejerciendo contra ellos actos de agresión física, emocional y patrimonial e incluso privación ilegal de la libertad, a través de pagos de cuota, extorsiones y secuestros, estos últimos más visibles en la zona de Tecate, Baja California. Generalmente, la xenofobia es la principal causa (PDIB, 2012, Pág. 22)*

De esta afirmación se puede inferir que la xenofobia puede causar daños a quien la sufre, aparte, es causal de comportamientos reprochables de la sociedad.

Este tipo de repulsión tiene origen, según Borja Cevallos y la FISA (Fundación para la investigación social avanzada), en “el odio hacia lo que otras culturas o estilos de vida representan, proviene del temor que inspiran y que tiene su origen en el desconocimiento de los que se perciben como diferentes y el creerlos inferiores” (Cevallos; FISA, 1997, Pág. 8). Entonces, por la misma naturaleza del fenómeno se tiende a odiar y excluir a lo que podría entenderse como diferente, más aún, cuando se les ve como algo inferior y, esta situación, detona en una constante discriminación para quien lo sufre.

En línea con lo anterior, se puede decir que la xenofobia tiende a convertirse en un elemento que, si toma lugar y no se controla, puede tener consecuencias negativas en la sociedad. Pues como explicaba el ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones

Unidas para los refugiados) la xenofobia abre el camino a varias formas de discriminación y, cuando se discrimina a alguien “se lo separa del grupo y es muy susceptible de recibir ataques como consecuencia de un prejuicio, que lo afectan en diferentes cuestiones de la vida” (ACNUR, 2018, Pág. 32).

### **1. Planteamiento del problema:**

Los índices de xenofobia en Colombia, hacia la población venezolana, cada vez van más en aumento “12% en comparación con un 9% del año anterior” (Daly, 2023) y esto, sumado al constante flujo de migrantes que recibe el país, vuelve una necesidad el entender las causas de esta situación pues, particularmente, la xenofobia puede tener consecuencias muy graves en la sociedad, como se expondrá en el planteamiento del problema.

Por otra parte, como explica la agencia APD “las redes sociales se han vuelto protagonistas de importantes matrices Movimientos generados en las redes sociales de opiniones generadas, desde temas del mundo del espectáculo hasta tópicos más serios de carácter político o social.” (APD, 2015, Pág. 5).

En estos escenarios se han creado varios perfiles que exponen y difunden mensajes de odio que afectan y discriminan a la población migrante venezolana que hay en Colombia. “Hay cerca de 92.000 mensajes que circulaban en redes sociales sobre migración venezolana. En los resultados se encontró que la conversación sobre crimen fue de lo que más se habló sobre este tema, con un total del 55 % de la información.” (Daly, 2022).

Es entonces, donde se vuelve importante para la comunicación, entender el impacto que tienen los diversos canales comunicativos a la hora de cultivar, reproducir y

fomentar estructuras de odio, pues la comunicación se vuelve un actor y un factor influyente en muchos de los problemas sociales, y más, en uno como este, que encuentra una sala de debate en las redes sociales.

Este fenómeno migracional en Colombia sigue aumentando y, muy probablemente, lo seguirá haciendo en los próximos años, respecto a esto, el fondo monetario internacional calcula y espera que “el número de migrantes venezolanos alcanzará los 8,4 millones en 2025, lo cual representa más del 25% de la población del país en 2015” (IMF, 2022). De hecho, aunque la migración parara y dejarán de llegar migrantes provenientes de Venezuela, la cantidad de estas personas ya es muy grande, haciendo que se conviertan en un actor protagonista en la sociedad pues “Colombia es el país que ha recibido un mayor flujo de refugiados y migrantes venezolanos en el mundo, con una cifra aproximada de 2.48 millones, de acuerdo con Migración Colombia” (Min relaciones exteriores de Colombia, 2023).

Efectivamente, la comunicación, más aún con los grandes cambios en tecnología, se ha transformado y en torno a ella se han creado diversos espacios virtuales, como las redes sociales, en los que las personas pueden expresar sus pensamientos, ideales e imaginarios sin depender de un portal que les dé visibilidad y, aunque esto en primera instancia suene muy bien, estas nuevas herramientas han sido utilizadas de manera negativa por muchos usuarios que, aprovechándose de la libertad que les brinda, difunden mensajes de odio y reproducen diversas narrativas que atentan contra la buena imagen de personas, colectivos y comunidades.

Todo esto gira entorno y se hace parte de la línea de investigación de la facultad de comunicación social “Comunicación y paz - narrativas, presentaciones y tecnologías

mediáticas” por ello, hemos decidido iniciar este proceso de investigación que permite aportar y dar sentido en materia de complementar este campo de estudio.

La academia, al igual que otros campos como mercados y comercios, es un campo de recepción de migrantes que permite, por la naturaleza del espacio académico, lograr una cualificación de la comunicación.

De igual forma, se espera que “Las universidades generen y guíen hacia un conocimiento diferente donde se incluya el desarrollo de una ciencia que esté al servicio de la sociedad. Que responda más a una concepción humanística del ser en su integralidad que a lo material y contribuya a lograr mejores condiciones de vida” (Perez, 2018, pág. 1). Por lo que se supone que los estudiantes de las universidades deberían ser mucho más críticos(as) en su recepción y apropiación a la hora de tener contacto con contenidos xenófobos.

Por ello se seleccionó a los estudiantes universitarios de la Universidad Santo Tomás como población de estudio.

## **2. Pregunta problema:**

¿Qué influencia tienen los contenidos publicados en los hashtags de la red social “X” “Fuera venezolanos” y “No más venezolanos” en la percepción estudiantes de la Universidad Santo Tomás entre los 18 y 23 años en Bogotá, con respecto a los extranjeros venezolanos?

## **3. Justificación:**

Julio Daly, en uno de sus primeros informes en torno a la migración venezolana, aseguró que “Hay cerca de 92.000 mensajes que circulaban en redes sociales sobre

la migración venezolana. En los resultados se encontró que la conversación sobre crimen fue de lo que más se habló sobre este tema, con un total del 55 % de la información. En el restante, se difunden también mensajes que atacaban y discriminaban a estas personas” (Daly; El Espectador, 2023, Pág. 1).

Por otra parte, las plataformas digitales se han convertido en escenarios propicios con respecto a la difusión de opiniones, ideas y juicios, bajo esta perspectiva, X, que posee más de “350 millones de usuarios mensuales en el mundo” (Staista, 2023), se ha convertido en un canal comunicativo que permite a las diferentes personas exponer sus puntos de vista y generar debates sobre los distintos temas controversiales en cada una de las sociedades en donde se encuentran los usuarios.

En efecto, “X”, como la mayoría de las redes sociales, tienen características en su funcionamiento que la hacen un escenario propicio para la difusión y creación de mensajes de odio, según una investigación realizada hace 4 años, “Las redes sociales digitales, por sus características y los efectos que promueven, se están convirtiendo en una plataforma que está sirviendo para la difusión de discursos de odio.” (Bustos; 2019, pág. 30).

En paralelo a esta cuestión, otro elemento que ha hecho a las redes sociales un actor fundamental en la difusión de narrativas xenófobas y discursos de odio es, explicado en un estudio enfocado a los mensajes de odio en Noruega, que “El principal problema es que, este tipo de redes sociales, han tomado gran relevancia en la sociedad por el nivel de credibilidad tan alto que poseen, de hecho, muchas personas no corroboran la información que encuentran en las redes sociales, por

ende, caen en la desinformación y reproducen estructuras de odio sin ningún argumento o justificación” (Buezas; 2017, Pág. 20).

Este fenómeno ha permitido que las aplicaciones ocupen un lugar vital en la sociedad, incluso, hoy en día, las narrativas que circulan en las redes sociales tienen una gran relevancia e impacto en las personas puesto que, muchas de ellas, dan una excesiva credibilidad a todo lo que aparece en estas plataformas. Como consecuencia de ello, se ha dado una gran creación de relatos que abren espacio al debate y a lo que Gerardo Karbaum denominó como “El prosumidor mediático” (Karbaum, 2018; Pág. 20), un ser con la posibilidad de difundir con las redes su pensamiento y sus ideas, todo esto, al mismo tiempo que interactúa y consume las opiniones de otras personas.

Ante los sucesos expuestos anteriormente, y el exponencial crecimiento de las redes sociales, se han creado Hashtags y colectivos que utilizan estos canales para reproducir estructuras de odio e imaginarios negativos y xenófobos en contra de las personas venezolanas que habitan en Colombia. Entre estos escenarios encontramos los hashtags “Fuera venezolanos” y “No más venezolanos” en X, donde se presume, se difunden mensajes con bastante influencia en la población generando odio y repulsión por el extranjero de venezolano.

El impacto de las redes sociales llega a tener tal repercusión que, en el ACNUR, han creado campañas para que se denuncien, en estos mismos portales, a los perfiles que producen y comparten estos mensajes de odio. Una de las campañas más importantes de esta organización es “Somos panas Colombia”, que explica cómo actuar a la hora de encontrarse con mensajes xenófobos y racistas en las redes sociales, el presagio de este movimiento es “Si has recibido o encuentras un

mensaje que incentive la discriminación, el rechazo o la estigmatización hacia las personas refugiadas y migrantes, ¡no calles!, utiliza los canales de denuncia que tienen las redes sociales para que revisen el contenido.” (ACNUR, 2021).

La migración venezolana seguirá en ascenso y, se espera que, según el barómetro de la xenofobia de Julio Daly, la discriminación y odio a estas personas lo hagan a la par. Ante esto, surge la necesidad de estudiar el impacto que pueden tener las redes sociales en el creciente índice de xenofobia en el país. Pues se sabe que el contenido de odio presente en estos canales comunicativos puede llegar a tener un gran impacto en las personas del común, haciendo que se multipliquen y reproduzcan las diferentes estructuras de odio y, a su vez, los migrantes sufran más por el rechazo del habitante local.

Este tema se convierte, bajo esta perspectiva, en una cuestión importante para los estudios en comunicación, pues, permite observar el impacto e incidencia que pueden llegar a tener los nuevos, y más importantes, canales comunicativos en la percepción, estigmatización y comportamientos hacia una población, en este caso, la venezolana. Su relevancia radica en comprender, de igual manera, el papel que hoy en día ocupan las redes sociales en la creación y difusión de distintas narrativas que, por su misma naturaleza, terminan teniendo influencia en la percepción de la realidad y de los hechos en la sociedad.

Esta problemática, más allá del campo de la comunicación, se vuelve vital a la hora de hablar de paz pues, si se está en la búsqueda de hacer un aporte a estas cuestiones, uno de los aspectos más importantes son los fenómenos sociales como, por ejemplo, la xenofobia, en conjunto con la discriminación y estigmatización de

poblaciones, ya que, las víctimas de ellas terminan sufriendo de varios tipos de violencia, en este caso, violencia directa, simbólica y cultural.

#### **4. Objetivos:**

- **Objetivo general:**

Identificar de qué manera influyen los hashtags de X "Fuera venezolanos" y "No más venezolanos" en la percepción del extranjero venezolano de los jóvenes de 18 a 23 años de la Universidad Santo Tomás.

- **Objetivos específicos:**

1. Examinar los contenidos xenófobos publicados en Instagram en las cuentas "Fuera venezolanos" y "No más venezolanos".
2. Analizar las actitudes de los estudiantes respecto a cómo influyen los contenidos de las cuentas analizadas en su percepción sobre los migrantes venezolanos.
3. Determinar si existe relación entre los contenidos de las cuentas analizadas y las actitudes y percepciones xenófobas contra migrantes venezolano.
4. Sugerir contrapropuestas, respuestas y soluciones desde la comunicación a esta problemática.

#### **6. Estado del arte:**

A la hora de comprender a las redes sociales como un factor fundamental, al menos hoy en día, en la propagación de ideologías y mensajes de odio es importante revisar investigaciones como "Discursos de odio: una epidemia que se propaga en

la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales.” realizada por Bustos, E (2019).

Esta tuvo como objetivo realizar un acercamiento al concepto de “Discurso del odio” y determinar cuáles son las principales líneas de estudio que se siguen en este sentido, centrándose en las características que convierten a las plataformas virtuales en un campo para la difusión de mensajes racistas y xenófobos.

Por otra parte, llegaron a la conclusión de que las redes sociales, por sus características, se están convirtiendo en una plataforma utilizada para la difusión de discursos de odio y, por la dificultad de identificar y atajar estos comentarios racistas y xenófobos, sirven para difundir y alimentar pensamientos y discursos de odio que encuentran públicos simpatizantes que, de otra forma, serían más difíciles de aglutinar. El anonimato, motiva a que las personas pierdan la pena y escrúpulos a la hora de dar una opinión, pues es muy poco probable que haya consecuencias en su contra.

Bajo otro punto de vista, podría encontrarse el estudio titulado “la masacre racista en Noruega y la difusión del odio racial en Internet” realizado por Buezas,T; publicado en 2017, donde se buscaba determinar la importancia que tienen los mensajes de odio que se difunden por medio de los distintos portales web y cómo juegan un papel fundamental en la discriminación de los diversos grupos, colectivos y minorías.

En esta oportunidad, concluyeron que las redes sociales permiten que muchas personas abusen de su derecho de libre expresión, dañando el buen nombre o estigmatizando poblaciones sin ningún tipo de argumentos, de igual forma, muchas personas no corroboran la información que encuentran en las redes sociales, por

ende, caen en la desinformación y reproducen estructuras de odio sin siquiera validar lo que comparte.

Ahora, revisándolo desde el punto de vista del emisor, encontramos el trabajo titulado “discurso de odio islamófobo en las redes sociales” elaborado por C, fuentes y C, Caldero en el 2023, donde querían estudiar el discurso de odio relacionado con la islamofobia en el caso específico de España mediante el análisis de los mensajes de la red social Twitter.

Se analizaron más de 7.000 tuits que llevaron a la conclusión de que la existencia de un discurso de odio centrado en la islamofobia se da, en primer lugar, por los atentados yihadistas, que son el principal punto álgido de islamofobia en España, aunque también se incrementa con cualquier atentado en Europa. Concretamente, son los atentados de Cataluña y el atentado contra Charlie Hebdo en París el 7 de enero de 2015, bajo esta perspectiva, los mitos y los prejuicios acerca de la religión musulmana fomentan la islamofobia en España. Esto se ejemplifica con el uso del velo islámico o hiyab y con los valores democráticos de Occidente.

En otro trabajo llamado “detección de discurso de odio en Instagram en idioma indonesio” realizado Manggala, D; Nurjanah, D realizado en el año 2020 tuvo por objetivo detectar el discurso de odio presente en los comentarios de cuentas de Instagram en Indonesia.

Este trabajo plantea en sus resultados que el discurso de odio se relaciona con el líder local y las elecciones presidenciales. Los actores del discurso de odio suelen utilizar las redes sociales, como Instagram, para difundir sus palabras de odio.

Alrededor del 60% del discurso de odio se encuentra en los comentarios de las publicaciones y será una amenaza real si no se detecta rápidamente, de hecho, dan la conclusión de que, la falta de “regulación” en las redes sociales como Instagram, convierten a estos canales muy efectivo para la difusión de este tipo de mensajes. De la misma manera, la gente no sabe el impacto que pueden llegar a tener sus mensajes o lo que comparten, pues la mayoría, consideran que su opinión queda en las redes y pasa desapercibida, sin embargo, esto no siempre sucede de esa manera.

Aterrizando esta búsqueda de antecedentes en un panorama actual encontramos el estudio de nombre “Narrativas sobre mujeres migrantes venezolanas en un diario en línea de la frontera colombiana” Llevado a cabo en el año 2020 por Espinel, G; Mojica, E; Nino, N. Que tuvo por objetivo identificar las narrativas sobre las mujeres migrantes venezolanas que realizó “La Opinión.com.co” (la versión en línea de un diario de Cúcuta, Colombia, la principal ciudad en la frontera colombo-venezolana).

Se realizó un análisis de contenido de 134 notas donde se determinó que el medio, como se presuponía en la hipótesis, relata a las migrantes como vulnerables, y cuyas fortalezas o habilidades se dirigen al trabajo sexual o la implicación en actos delictivos. Los hallazgos de esta experiencia fueron que, 134 notas publicadas entre enero de 2015 y julio de 2020 con referencia a las mujeres migrantes venezolanas están caracterizadas en su 90% por ofrecer narrativas precarizadas sobre las mismas.

Las publicaciones muestran que los sectores económicos en los que se desempeñan son el trabajo informal y otros oficios derivados de la venta de alimentos, la estética (salones de belleza) así como el trabajo sexual, roles que

refuerzan su estereotipación acentuada en la división sexual del trabajo. Por otra parte, sólo el 10% de las publicaciones entre el 2019 y el 2020 contienen inflexiones en los relatos, es decir, las muestran con capacidad de agencia sustentada en la posibilidad de mejorar sus condiciones económicas en el marco de la legalidad.

Todos estos estudios permiten comprender de mejor manera el panorama en el que se encuentra la investigación que se desarrolló en este caso. Hay varias relaciones y coincidencias entre los hallazgos de los estudios retratados en este apartado y vale la pena analizarlas.

El estudio titulado “Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red.

Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales.”

Encuentra, al igual que el estudio “Detección de discurso de odio en Instagram en idioma indonesio”, que la falta de regulación y el poco control que tienen estas plataformas sobre los mensajes que se difunden en las mismas, hacen de estas un escenario ideal para difundir y reproducir mensajes de odio, pues no existen filtros y cualquier opinión puede ser compartida, sin importar, que esta traiga efectos negativos, discrimine o estereotipe a algún tipo de población.

Por otra parte, la investigación titulada “Narrativas sobre mujeres migrantes venezolanas en un diario en línea de la frontera colombiana” Concluyó que, a pesar de que trabajan con comunidades y medios distintos, la mayoría de mensajes o narrativas de odio hacia algún tipo de población en específico, muchas veces, parten de actos que son han realizado por individuos de la población que sufre de la creación de estas narrativas y, aunque en muchas ocasiones no son realizados por gran parte de la comunidad, son “Reprochables” o “Mal vistos” y abren la posibilidad

de que se estigmatice y genere un estereotipo sobre las personas de estos grupos sociales en particular.

Uno de los antecedentes más actuales referente a esta línea de investigación es el trabajo del 2023 “Revisión sistemática de la detección automática del discurso de odio mediante procesamiento del lenguaje natural” Donde revisaron varios estudios sobre los distintos discursos narrativas de odio, principalmente, con el objetivo de encontrar puntos en común entre los diferentes artículos e investigaciones.

Por otra parte, se quiere comprender el cambio en la percepción de lo que es un “Discurso de odio”. Esta investigación es de carácter mixto, pues aparte de lo nombrado anteriormente, se hacen porcentajes sobre las similitudes que se encuentran en las conclusiones, de hecho, la primera de las es que, con la multiplicación de plataformas y redes sociales que ofrecen anonimato, fácil acceso y formación de comunidades y debates en línea, la cuestión de la detección y el seguimiento del discurso de odio se convierte en un desafío creciente para la sociedad.

A pesar de los esfuerzos por aprovechar las técnicas automáticas para la detección y el seguimiento automáticos, su rendimiento aún está lejos de ser satisfactorio, lo que exige constantemente futuras investigaciones sobre el tema, desde otra perspectiva, se encontró que un total de 463 artículos coincidían con los criterios de inclusión y exclusión.

Los hallazgos indican que inicialmente hay un rápido cambio en los métodos de análisis del discurso de odio, es importante recalcar que, se revisaron 69 conjuntos de datos sobre discursos de odio.

Bajo el mismo planteamiento encontramos el proyecto “Estudio comparativo de las características de los propagadores del discurso de odio y sus comportamientos en la plataforma de redes sociales Twitter.” Realizado por Meedin, N; Perera, S; Perera, I; Ahangama, S, en el año 2023, buscaba comparar las características de los propagadores del discurso de odio y su comportamiento con usuarios que no odian en Twitter por primera vez en Sri Lanka, esta es una investigación cualitativa, donde se seleccionó un corpus de 102882 publicaciones de 530 perfiles de usuarios de Twitter que incitan y no incitan al odio.

Este estudio investigo las características únicas de los propagadores del discurso de odio y de los usuarios que no lo hacen examinando la autopresentación de su perfil, realizando análisis de redes sociales y analizando sentimientos y emociones a través de análisis lingüístico. Este proceso llevó a tres conclusiones principales que fueron, en primer lugar, que los usuarios que incitan al odio muestran una alta actividad en las redes sociales y siguen a más personas que los usuarios normales, lo que demuestra su popularidad en Twitter que aquellos usuarios que no incitan al odio.

Sorprendentemente, aunque el número de personas que odian es mínimo y no supera el uno por ciento incluso, son responsables de una cantidad desproporcionadamente grande de contenidos, de igual manera que, los desarrolladores de plataformas deberían identificar tempranamente a los usuarios que odian e implementar los controles necesarios para limitar las actividades de estos usuarios, por último, el hecho de que los usuarios que no odian reciban más me gusta, retweets y respuestas que los usuarios que odian es un indicador positivo.

En torno al impacto de los mensajes y discursos xenófobos, el estudio titulado “La pandemia del COVID-19 en el discurso anti migratorio y xenófobo en Europa y Estados Unidos” realizado en 2021 por Macias, D. Tuvo como objetivo analizar la manera en que la contingencia sanitaria derivada del COVID-19 ha influido sobre el discurso migratorio de los representantes políticos, en pro de cumplirlo, utilizaron una metodología de carácter cualitativo que con base en la revisión hemerográfica de periódicos, agencias de noticias y organismos internacionales, entre marzo y septiembre de 2020.

Esta investigación muestra que la pandemia ha reforzado el discurso político anti migratorio, dado que ofrece un argumento que puede favorecer sentimientos y actitudes xenófobos en las sociedades receptoras. Entre sus principales conclusiones encontramos que las posiciones anti migratorias y xenófobas en estas regiones se han vigorizado durante la pandemia.

Sus resultados sugieren que estas posturas pueden continuar en el futuro, e incluso intensificarse. Por otra parte, es muy probable que los flujos migratorios sean alentados aún más por el desempleo y el incremento de las desigualdades. Si bien son variados los factores que causan la migración internacional, los problemas económicos generados por la pandemia resultaron cruciales en la intensidad de la migración.

De hecho, resulta preocupante que la pandemia pueda robustecer a los movimientos políticos de derecha con tendencias autoritarias, dado que la contingencia de salud ha permitido a los gobiernos limitar algunas libertades.

“El discurso de odio en Bolivia: aproximaciones metodológicas para su estudio en redes sociales digitales” Fue una investigación realizada Arroyo, C; Phillips, L y

otros en el año 2023 y tuvo como meta dar una propuesta sistematizada experiencias a partir de la identificación de las entidades constitutivas de las publicaciones y la introducción de herramientas digitales.

La metodología elegida por los investigadores fue de carácter mixta, basada en el análisis de las redes sociales, identificación de narrativas de odio y medición de impacto de las mismas. Este proceso los hizo llegar a varias conclusiones, entre estas encontramos que uno de los medidores de mayor relevancia fue el índice de interacción de los mensajes. Este índice reunió las principales métricas que acompañan a un tweet. Además, permitió identificar aquellos mensajes que tuvieron mayor alcance y relevancia entre los usuarios de la plataforma digital.

Cabe destacar que los mensajes con mayor índice de interacción corresponden a aquellos que contienen publicaciones donde se explícita algún tipo de violencia física y moral. Sobre todo, dos tipos de mensajes resaltaron, los que recurrieron a la narrativa del golpe de estado y el llamamiento a una respuesta de hecho frente al cambio de gobierno, y aquellas que responden a la narrativa del fraude electoral donde también se acudió, sobre todo, a mensajes con altos grados de comunicación violenta.

Un estudio muy relevante para comprender las dinámicas de la xenofobia en Colombia es “Análisis de las narrativas xenofóbicas en el contexto educativo en el marco de la implementación del Estatuto Temporal de Protección a venezolanos (ETPV)” Un trabajo realizado por Pedraza, M; Eblin, V en el año 2023 que buscaba establecer la relación entre las narrativas xenofóbicas en el marco de la implementación del EPTV y la incidencia de estas en el acceso a la educación pública de niños, niñas y adolescentes migrantes.

En esta ocasión utilizaron el estudio de múltiples casos con método comparado, cuyo fin fue identificar las narrativas que se construyen por medio de relatos dotados de percepciones, significados y comportamientos de la población migrante.

Llegaron a la conclusión de que la migración de población venezolana en Colombia ha transformado las dinámicas y las formas de relación de colombianos con colombianos y de venezolanos con colombianos. Con la implementación del ETPV las instituciones públicas han incrementado sus niveles de respuesta para atender a la población migrante regular e irregular en el país. Si bien, esta medida de protección migratoria ha sido aplaudida en la región y ha buscado garantizar los derechos en salud, educación y trabajo de la población migrante venezolana, también ha sido escenario para la propagación de narrativas xenofóbicas.

De igual forma, se encontró que la implementación del ETPV sí reproduce narrativas xenofóbicas y esta reproducción incide en la inclusión de los NNAM en el sistema educativo colombiano. Esto sucede debido a que la implementación refuerza creencias y percepciones negativas hacía la población venezolana.

En relacionamiento de antecedentes podemos encontrar que “Un estudio comparativo de las características de los propagadores del discurso de odio y sus comportamientos en la plataforma de redes sociales Twitter.” Llega a la conclusión, en congruencia con la investigación titulada “El discurso de odio en Bolivia: aproximaciones metodológicas para su estudio en redes sociales digitales” de que los contenidos de odio suelen ser virales y logran tener una gran difusión en las redes sociales, por otra parte, gran parte de los materiales que se encuentran en estos portales webs tienden a ser, en su mayoría, narrativas de odio y, de manera personal, considero muy importante saber esto pues, en primer lugar, se

demostraría que es más probable conseguir “éxito” o viralidad en las redes si se manejan contenidos de odio, por ende, quizás, se podría volver una tendencia crear estos tipos de contenido para conseguir atención pública.

De igual manera, la gran cantidad de visitas y “apoyo” que reciben estas publicaciones, podrían dar la sensación de aprobación al emisor por parte de la comunidad.

“Medios de comunicación y sociología, caso: Xenofobia a la inmigración venezolana en el distrito de Yanacancha.” Trabajo realizado por Basilio, M; Resines, J, y la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión, en el año 2019, buscaba identificar la relación que existe entre los medios de comunicación en la inmigración venezolana en el distrito de Yanacancha, Pasco en el mismo año.

Gracias a este proceso investigativo se pudo determinar que las redes sociales, la televisión y prensa escrita se relacionan directamente con la xenofobia a la inmigración venezolana. los resultados dicen que Facebook se relaciona con el incremento de la xenofobia, 39% de ciudadanos yanacanchinos creen que las publicaciones del Facebook incrementen la xenofobia, sin embargo, 40% de ciudadanos venezolanos creen que la información de los medios de comunicación influye en el incremento de la xenofobia.

El proyecto “Influencia social de la televisión: Niveles de influencia.” Realizado por Serrano, M. Con el apoyo de REIS, editorial y que se publicó en el año 1981, examinó los diferentes aspectos de la vida social y personal en los que influye la televisión, para esto, se realiza un análisis acerca del uso de esta misma. Con el objetivo de determinar su peso en la sociedad.

Esta investigación es de metodología mixta, pues revisa el mensaje que da la televisión y el impacto del mismo según cifras, por ejemplo, un mensaje que van a favor de la guerra y, después de la emisión del mensaje, cuántas personas más (en %) estuvieron a favor de la guerra.

La principal conclusión de esta investigación fue que la televisión (e incluso los medios masivos en general) tiene un notable impacto a la hora de que las personas tomen una posición o crean algo respecto algún tema en específico, de esta manera, podemos evidenciar como el simple hecho de que se hable mal de la comunidad trans en la tv tiene una repercusión negativa y grande en el pensar de la sociedad en cuanto a la comunidad. Esta investigación plantea la hipótesis de que la televisión es un agente que modifica la percepción y actúa como mediadora, máquina y fábrica de la información.

En una búsqueda de definir el nuevo papel que cumplen los usuarios en las redes sociales y plataformas digitales se realizó el estudio titulado “Narrativas social media y el prosumidor mediático” Llevado a cabo por Karbaum, G, en la Universidad de San Martín de Porres de Perú para el año 2018.

Este trabajo, principalmente, tiene por objetivo hacer un recuento histórico y exponer la importancia del narrar y su influencia en la humanidad. Llegando a exponer la transformación que ha sufrido el humano en su función de narrador, su nuevo rol como “prosumidor” y las posibilidades que le da narrarse así mismo.

El proyecto concluyó que la narración viene desde tiempos inmemoriales y se prolonga hasta la actualidad. De esta manera, los relatos tienen una importancia gigante para la sobrevivencia de la especie, ya que, a través de estos, se transmite

el conocimiento de generación en generación y también se crea la identidad social de las comunidades.

Cada época es definida por sus cambios sociales y culturales, pero también por sus avances tecnológicos. Y todo esto influye en la creación de los relatos, por ejemplo, en la actualidad, el fenómeno de las redes sociales y el internet ha permitido que se desarrolle un nuevo personaje “El prosumidor mediático” quien tiene la posibilidad de difundir con las redes su pensamiento y sus ideas, todo esto, al mismo tiempo que interactúa y consume las opiniones de otras personas.

“La exteriorización de la xenofobia.” Es un estudio realizado en el año 2015 por D’Ancona, Ángeles que indaga en los ejes principales de los discursos xenófobos (La defensa de la identidad nacional-cultural, la pérdida de privilegios grupales, el aumento de la inseguridad ciudadana, el desempleo) En los factores que propician su exteriorización.

Dentro de los límites marcados por los datos de opinión analizados, se constata que la mayor presencia de inmigrantes real y transmitida por los medios de comunicación aumenta la manifestación de xenofobia en las encuestas.

Los resultados aluden a que de estar circunscrita a los grupos de población más reaccionarios (ideológicamente posicionados más a la derecha, de mayor edad y menor nivel de estudios) En los años de menor xenofobia declarada (1996 y 2000), gradualmente se amplía a grupos de población más extensos, caracterizados por su menor edad y nivel de estudios medio, en los años de mayor xenofobia (2004 y 1993) y que el temor a la competencia laboral adquiere protagonismo (quitan trabajo, bajan salarios), así como el deseo de limitar la inmigración a las necesidades del mercado.

Una de las causas planteadas, a la hora de entender la xenofobia son los movimientos migracionales, por ello es importante revisar el estudio “Xenofobia y racismo en Europa: un análisis de las actitudes hacia la inmigración” Que es una investigación realizada por Fernández, Ana en el año 2014 y que tuvo por objetivo analizar la valoración y actitudes hacia la inmigración en Europa para describir su evolución en el tiempo, las diferencias entre países, así como la variación de las actitudes en función del origen étnico/racial de la población inmigrante.

Se analizaron también las variables, tanto individuales como contextuales, que inciden en el rechazo de la inmigración. Para ello se utilizó una metodología descriptiva y de carácter cuantitativo. Apoyada en los datos secundarios extraídos de la explotación de bases de datos de las principales fuentes estadísticas a nivel europeo e internacional.

El estudio arrojó varios resultados y conclusiones, en primer lugar, que la sensación de peligro es fundamental a la hora de que se generen actitudes xenófobas, por otro lado, lo que podría denominarse como “Racismo popular” o “racismo de la clase obrera” (Van Dijk, 1993, Balibar y Wallerstein, 1988), puede aparecer sobrerrepresentado en las encuestas y en los medios, por los errores en su medición (Cea D’Anconna, 2002 y 2009), y/o de forma intencionada por las elites para exculpar sus propios prejuicios étnicos, en tercer lugar, los contextos de crisis económica y el aumento de las desigualdades sociales y económicas, favorecen la politización de la inmigración y los discursos antinmigración.

En el estudio titulado “Xenofobia y racismo en Europa: un análisis de las actitudes hacia la migración” al igual que los estudios de nombres “La exteriorización de la xenofobia.” y “Medios de comunicación y sociología, caso: Xenofobia a la

inmigración venezolana en el distrito de Yanacancha.” Llegan a conclusiones similares al afirmar que, de forma implícita, la xenofobia también parte de una sensación de peligro que sienten las personas locales de la zona.

Por otra parte, todas las investigaciones, si bien suelen ser algunas mixtas, tienen en común que todas tienen el enfoque cualitativo, pues este enfoque es el que permite analizar el contenido de los mensajes y hacer posibles inferencias sobre el propósito o fin de manera relacional con sus mensajes y posibles ideas que tenían los receptores.

Antes de analizar el impacto de los mensajes de odio, es importante seguir en el estudio de la red social como herramienta de difusión de mensajes xenófobos, en este panorama, encontramos a “Narrativas y discursos que posibilitan escenarios de inclusión exclusión de población venezolana” Investigación realizada por Bermúdez Patiño, Juan Camil y otros en 2019, buscaba analizar las narrativas y discursos de jóvenes que posibilitan escenarios de inclusión o exclusión de población venezolana en el contexto escolar del colegio Manuel Cepeda Vargas, ubicado en la localidad de Kennedy.

De este estudio salieron las siguientes conclusiones, en primer lugar, se encuentra que no es posible abordar la migración solo con la perspectiva de nacionalidad, sino que las personas implicadas en el proceso de exclusión traen consigo, en sus cuerpos, elementos que empeoran o alivian su situación de vulnerabilidad. Un ejemplo de esto es diferenciar entre un cuerpo femenino, en embarazo, clase baja y joven, que por lo contrario un cuerpo masculino, de clase alta y en edad adulta.

A lo que invita la presente investigación es no solo a hablar de la inclusión como un proceso histórico, individual en un sistema capitalista sino hablar desde una perspectiva interseccional que además de apertura de entrada a la diversidad, entendiendo ésta como un elemento fundamental para el crecimiento cultural. Aspecto imprescindible para la inclusión, por otra parte, los medios de comunicación masivos son un actor importante a la hora de marcar la percepción de la gente sobre una población.

En la perspectiva de la validación de discursos de odio se realizó la investigación de nombre “Legitimar la xenofobia a través de la prensa: un análisis al cubrimiento periodístico de la migración venezolana realizado por El Tiempo y La Opinión en el año 2018” llevada a cabo en 2020 por Daza, S. El objetivo de este estudio es analizar la calidad periodística de El Tiempo y La Opinión de Cúcuta en el cubrimiento del éxodo venezolano en el año 2018 y su impacto sobre la legitimación de la xenofobia hacia el migrante.

Para poder realizar esta investigación analizaron 177 piezas que permitieron evidenciar las líneas editoriales, los diversos enfoques, usos del lenguaje y problemáticas que complejizan y evidencian la responsabilidad de los medios de comunicación. Todo sobre el común denominador de la migración venezolana, hito inédito y trascendental en la historia de nuestro país, de este análisis se concluyó que la estereotipación es parte del mantenimiento del orden social y simbólico.

De esta manera, se evidencia cómo los estereotipos mencionados por las y los jóvenes en el grupo focal realizado, son en su mayoría negativos, que no sólo han escuchado de sus familias o adultos, sino que, son en gran parte información divulgada por medios de comunicación, no obstante, se puede observar la opinión

crítica de los y las participante, los cuales coinciden en que se puede evidenciar de qué manera los medios de comunicación quitan la atención de los problemas estructurales y coyunturales del país funcionando como cortina de humo.

A modo personal, considero que, un medio debería reinvertir sus esfuerzos en nutrirse de estas agencias pues, necesita abastecer y apoyar a sus periodistas. Inclusive, se hace imperativa la necesidad de modificar el cubrimiento periodístico donde se distancie de forma tajante la nacionalidad de una persona con hechos noticiosos que pongan en juego la integridad de una o un grupo de personas.

Ahora, un estudio muy importante a la hora de identificar el impacto de los mensajes es “Un gobierno para los blancos: cómo Donald Trump ayudó a las franjas de la derecha a convertirse en una fracción de la política convencional” investigación realizada por Martínez, M en el año 2022 que quería retomar los pensamientos, planteamientos e ideologías difundidas por la supremacía blanca que terminaron implantándose y consolidándose en la política convencional de Estados Unidos e identificar su impacto.

En esta oportunidad se hizo un acercamiento a las políticas, órdenes ejecutivas, discursos y actores, que conformaron a esta administración, para probar el impacto de la llamada supremacía blanca y como estaba envuelta en las decisiones.

Adicionalmente, se realizó un análisis de tres eventos bélicos, los cuales estaban enraizados con la supremacía blanca o con el apoyo al expresidente Donald Trump. Después de todo el análisis se llegó a la conclusión de que, este fenómeno social fue fundamental y protagonista en la toma de decisiones de la administración de Donald Trump en su proceso presidencial. Esto se pudo comprobar por medio de

las políticas, órdenes ejecutivas, discursos y actores, que estuvieron presentes a lo largo del mandato iniciado en 2017.

## **7. Marco teórico**

Los fenómenos sociales, como la xenofobia, han tenido una gran repercusión a lo largo del tiempo en las sociedades y el actuar de los sujetos que las habitan, por ende, se pueden considerar un actor fundamental en estas mismas. De hecho, previamente, han existido varios estudios y planteamientos que podrían dar una luz y fundamentos a lo que plantea esta investigación.

Con respecto al papel que tienen las redes sociales en la difusión de mensajes, narrativas, discursos e ideologías, Henry Jenkins plantea en su teoría de la transmedia que “Los elementos de cada historia se dispersan de forma Considerar por medio de los diferentes canales (televisión, radio, internet, y dentro de internet las diversas redes sociales blogs, sitios web, etc.) en donde cada medio hace una contribución única al desarrollo de esta historia y se apropia de la misma” (Jenkins, 2010)

Visto desde este punto, se entiende entonces, que las redes sociales se han convertido en espacios donde los usuarios pueden encontrar, exponer y, sobre todo, apropiarse de distintas narrativas. Bajo esta lógica, se vuelve importante entender el impacto que esos discursos tienen sobre las personas y su posterior efecto en la sociedad, puesto que, si las personas apropian discursos narrativos, sus imaginarios e ideologías podrían girar en torno a ellos, de esta manera, empezarán a actuar y en consecuencia de los mismos.

Ahora, es importante recalcar que, en consecuencia, de lo expuesto anteriormente, las ideologías y discursos de esta clase, discursos de odio, pueden llegar a tener un gran impacto en la sociedad pues, como explica Teun Van Dijk, el lenguaje y los discursos podrían verse como elementos y medios para lograr un fin o una estrategia de poder, de hecho, Van Dijk explica que quien emite un discurso busca, ante todo, cambiar y convencer la mentalidad de los receptores.

Bajo esta perspectiva, los discursos presentes en las redes sociales pueden tener un gran impacto, cambiando los imaginarios y percepciones de la gente, entonces, un mensaje de odio podría tener la capacidad de generar que, personas del común, apropien discursos racistas y xenófobos que atenten contra poblaciones como la venezolana en Colombia.

En pro de dividir y, sobre todo, organizar las teorías, se van a gestionar los planteamientos de diversos autores en diferentes categorías.

### 1. Discurso y poder

El discurso, como un dispositivo social, tiene varias definiciones según los diversos autores que lo han estudiado, por ejemplo, uno de los más importantes teóricos de este tema, es el psicólogo Michel Foucault, el explora, en varias de sus obras, la relación que existe entre el discurso y el poder, respecto esto Foucault (1987) plantea que el poder no sólo tiene lugar en instituciones, reglas o estamentos políticos, si no, en las prácticas de control y regulación presentes en las actividades discursivas.

De esta manera, por su relación inherente con el poder, el discurso se convierte en un elemento e instrumento de control que desde la oratoria maneja varios elementos

que regulan y actúan como estructuras de poder, por ejemplo, el discurso permite que decidamos que decir, que palabras usar y a quién decírselo, es más, esto a su vez, es otro tipo de discurso “los procedimientos internos de limitación del discurso son los discursos mismos los que ejercen el control; procedimientos que juegan un tanto a título de principios de clasificación, de ordenación y de distribución” (Foucault, 1987, pág. 21). Por otra parte, el discurso tiene un vínculo directo con la verdad, pues los discursos, dependiendo de quienes los digan, puede definir lo que se considera “verídico” en una sociedad, por ende, podría decirse que el discurso es un actor social que sirve para mantener el control y ejercer poder en la sociedad.

Desde otra perspectiva, el discurso puede ser un elemento muy importante a la hora de transformar e influir en la opinión pública, según Noam Chomsky, el discurso puede servir para consolidar estructuras de poder e ideologías en la sociedad.

Desde el punto de vista político, el discurso funciona como una herramienta que permite que algunas instituciones o personajes controlen, regulen y manejen la opinión pública en pro de que las personas actúen y adapten ideas a favor de los intereses de quienes los realizan. Según Foucault.

*“entre los códigos fundamentales de una cultura -los que rigen su lenguaje, sus esquemas perceptivos, sus cambios, sus técnicas, sus valores, la jerarquía de sus prácticas- en los que se reconocerá en su práctica, y en el otro extremo del pensamiento, las teorías científicas o las interpretaciones de los filósofos explican por qué existe un orden y a qué ley general obedecen” (Foucault, 2010, pág. 13)*

Esto, visto desde dichas teorías, demostraría que el papel de los discursos en la sociedad es fundamental, puesto que, es cambiante y junto con ella cambian los discursos, prácticamente, como si de un paradigma se tratase. “el lenguaje como

era hablado, los seres naturales como eran percibidos, los cambios como eran practicados, es decir, va tras las modalidades del orden” (Foucault, 2010, pág. 15)

Desde otra perspectiva, “la comprensión de la realidad se valida o cambia a partir de los procesos sociales que suceden en la comunicación de los participantes, por tanto, la realidad está negociando constantemente” (Gergen, 1985). De esto podemos concluir que, las redes sociales tienen un gran impacto e influyen en la creación de estereotipos o imaginativos frente a otras personas, e incluso, nosotros mismos. De esta forma, las redes sociales se convierten en plataformas que difunden diferentes discursos que, desde su naturaleza, parten con su propio poder, pero, en estas aplicaciones, toman un papel más importante.

## 2. Discurso de odio y xenofobia

Los discursos de odio tienen una gran relación con la xenofobia pues, en muchas ocasiones, esta “ideología” se comparte y se nutre de discursos que la avalan e incluso la difunden. Para comprender esto, es importante reconocer las diversas teorías que existen alrededor de los discursos de odio, una de ellas, por ejemplo, es la “teoría del conflicto Inter grupal” que argumenta que los discursos de odio nacen en conflictos y discordias entre diversos grupos sociales que compiten por recursos, oportunidades, reconocimiento y estatus, generalmente, estos discursos se utilizan para justificar la violencia ejercida hacia el otro colectivo y deshumanizar a estas personas, en pro de considerar que, por ser inferiores, no deben tener las mismas posibilidades y, sobre todo, derechos. “explica que una de las partes percibe que existe una situación que podría ser un conflicto y empieza a desarrollar sentimientos antagónicos, respecto a la otra, observándose un comportamiento conflicto que produce una reacción positiva o negativa.” (Chiavenato, 2013).

De hecho, bajo la perspectiva de Stephen Robins “los conflictos intergrupales han existido siempre y pueden variar desde una simple discusión en un grupo de personas hasta un altercado entre naciones, no obstante, los principios de ello suelen ser siempre los mismos y suelen ser simples, pueden solucionarse de manera sencilla con tan solo la voluntad, el entendimiento de un grupo de personas o un individuo.” (Robins, 2009).

Esto puede vincularse de forma directa con la xenofobia, de hecho, una de las teorías más importantes entorno a ella (teoría de la competencia por recursos y amenaza permitida) plantea que la xenofobia tiene como origen la sensación de “amenaza” o “peligro” que sienten las personas locales ante los migrantes, esto puede partir por la sensación de sentirse superiores en todos los aspectos sociales y culturales, por ende, cualquier tipo de persona con una cultura o ideología diferente se convierte en un peligro latente a su status y sus características autóctonas.

De la misma manera, el capital simbólico de Pierre Bourdieu y la violencia cultural Galtung, son conceptos que se relacionan en el contexto de la sociología y la teoría crítica. El capital simbólico de Bourdieu se refiere a los recursos simbólicos, como el buen nombre, la reputación y el reconocimiento, desde un buen punto de vista, social, que una persona o grupo acumula a lo largo del tiempo. Estos recursos pueden influir en su posición y poder en la sociedad. Y al verse afectados por discursos que los manchan, toda la posibilidad de tener un buen nombre o reputación se desvanece.

### 3. Usos y Gratificaciones

La comunicación, en conjunto con la tecnología, han cambiado y, a la vez, lo han hecho sus dinámicas y prácticas. Gracias a ello, las audiencias también han tomado una posición distinta y, precisamente esto, es lo que Castell plantea en la teoría de usos y gratificaciones. En este planteamiento, Castell dice que “las redes sociales se presentan como un recurso más a las que docentes y discentes recurren por diversos motivos.” (Castell, 2020, pág 1).

- Prosumidor:

En tiempos anteriores, sobre todo en los medios de comunicación, se veía a los usuarios como individuos pasivos que únicamente recibían la información que se les entrega y en pro de ella empezaban a tomar posición sobre distintas cosas, de hecho, antes la única forma de lograr tener un proceso de comunicación masiva era recurriendo a los que hoy son conocidos como medios tradicionales.

Es más, en tiempos anteriores, el usuario tenía que conformarse con consumir los contenidos que el medio decidiera emitir, pues no tenía la posibilidad de escoger que seleccionarlos y, aparte de todo, la cantidad de medios eran muy reducidos, por ende, tampoco tenía muchas opciones como para variar los tipos de temas o canales para observar. (Karbaum, 2018)

Pero ahora, con la llegada del internet y redes sociales, el usuario tiene la posibilidad de escoger los que contenidos observa y, lo más importante, tiene la posibilidad de crear a partir de ellos, de hecho, puede llegar a alcanzar un público masivo al compartir sus materiales por redes “La aparición de los medios masivos en el siglo XX transformó la producción y consumo de los relatos, unos pocos los generaban y muchos los consumían” (Karbaum, 2018, pág 2).

Sin embargo, la aparición de la web 2.0 y las redes sociales ha provocado que los mass media pierdan parte de su hegemonía y los discursos también se dan ahora en las redes sociales, donde se suma un nuevo generador de contenidos, el prosumidor mediático.

Las audiencias, actualmente, no son usuarios pasivos/distantes de todos los procesos comunicativos, si no, son “prosumidores” (Karbaum, 2018) que consumen y producen a partir de los contenidos, por eso mismo, es importante comprender el comportamiento que tienen estas personas frente a mensajes de odio, de hecho, uno de los propósitos más importantes de esta teoría es conocer las motivaciones de los usuarios a la hora de escoger los contenidos y las páginas que siguen.

- Self relacional y Agenda setting

La agenda setting plantea que los medios de comunicación son capaces de influir en la agenda y opinión pública en general, esto, puesto que, determina cuales son los temas que poseen interés informativo y merecen tener lugar en sus plataformas “La simplicidad de comparar dos construcciones, el contenido de los medios y la opinión pública hace parsimoniosa la teoría de la agenda setting. Es internamente consistente (ya que involucra la comparación del orden de importancia de dos conjuntos de temas), heurísticamente provocativa (lo evidencia la gran cantidad de investigaciones que se han publicado), posee un fuerte poder predictivo, y es falsable.”<sup>1</sup> (Zhu y Blood, 1996, pp. 99).

De la misma manera, los medios de comunicación tienen la posibilidad de influenciar la opinión de las masas y sus audiencias, por ende, no son solo los temas en general o los que se pueden considerar “importantes” los que se ven afectados, si no, la misma visión del mundo. “Lo que conocemos del mundo lo

conocemos a partir de lo que los medios nos presentan, ya que muchos de los asuntos públicos están fuera de la vista, alcance, y experiencia directa de los ciudadanos.” (McCombs, 2002, pp. 2).

El Self relacional, desde una perspectiva más interna hacia el individuo y las redes sociales, plantea que las personas pueden manipular lo que muestran en redes sociales para mostrarse como una versión mejorada de sí mismos y, a su vez, tienen la posibilidad de representar a las demás personas bajo un contexto en el que también les favorece. “Los usuarios de RSO construyen una identidad online mediante una elección estratégica de qué mostrar y cómo mostrarlo” (Walther, 2007).

Esto sumado a la credibilidad de las personas en las redes sociales, detona en un entorno digital en el que las personas pueden representarse y representar a los demás de una forma específica que influye en la forma en la que los identifican.

## **8. Metodología**

La metodología seleccionada para la consecución de este proceso investigativo es de carácter cualitativa que, por una parte, contendrá una serie de *encuestas* que se analizarán bajo una serie de categorías que develará el “nivel” de xenofobia presente en la pre y posterior exposición a las publicaciones que aluden a ella. Resultando en un grupo focal con algunas voces externas de estudiantes migrantes para generar una conversación con respecto a el impacto de las redes en las percepciones xenófobas.

De igual forma, es importante recalcar que, la metodología cualitativa es un enfoque de investigación que se centra en comprender y explorar las experiencias,

percepciones y significados de las personas en profundidad. Se basa en la recopilación de datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y análisis de contenido, para identificar patrones, temas y relaciones subyacentes. A través de este enfoque, los investigadores pueden obtener una comprensión más rica y detallada de los fenómenos estudiados, permitiendo una interpretación más contextualizada y holística de los resultados.

Pasando del tipo de metodología a la herramienta en particular, en este caso específico, se realizó un muestreo, entendido como, un proceso de seleccionar una muestra representativa de una población más grande para analizarla o estudiarla, que fue articulado y ejecutado con la encuesta como instrumento de investigación.

De este modo, la metodología empleada se dividió en 4 momentos que resultaron en la elección del contenido, la selección de la muestra y la exposición y reacción a los mensajes difundidos en los hashtags.

El muestreo, definido como “una herramienta de la investigación científica, que tiene como función básica determinar qué parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población” (Chospab, 2022), se llevó a cabo con un enfoque hacia el ámbito universitario donde se seleccionó a los estudiantes de la Universidad Santo Tomás como la base del grupo pues, por el nivel académico y de estudio en el que se encuentran, se supone, no debería ser tan sencillo que se dejen influenciar por publicaciones de redes sociales.

El muestreo procedió de la siguiente manera, en una primera parte, luego de haber determinado y elegido a los estudiantes universitarios como la base del proceso, se realizó el primer acercamiento a varios de ellos que, cuando accedían a participar,

llenaban la primera encuesta que determinaría si eran seleccionables para la segunda parte; es importante recalcar que, las personas a las que se les aplicó la primera encuesta fueron seleccionadas de forma totalmente aleatoria en la plazoleta de la universidad, de igual forma, y buscando la mayor honestidad en sus respuestas, en el momento de contestar, estuvieron acompañados del responsable de esta investigación.

### **8.1. La selección del contenido.**

En los hashtags seleccionados, “No más venezolanos” y “Fuera venezolanos”, hay más de 100 publicaciones y contenidos que atacan a la población venezolana, sin embargo, y para poder realizar un proceso investigativo efectivo, fue necesario hacer una elección del contenido adecuada y precisa que se efectuó bajo diversos criterios.

Acorde a esto, se seleccionaron 2 publicaciones de cada uno de los hashtags que fueron divididas de la siguiente manera, 3 fotos y un texto escrito en un hilo de X. A su vez, y como se explicó anteriormente, cada uno de los contenidos tendrá que pasar por una serie de criterios necesarios que determinarán si pueden considerarse contenidos xenófobos que reproducen y difunden odio hacia la comunidad venezolana, estos criterios son:

#### **8.1.1. Generalización**

Para que una publicación cumpla con este criterio de selección deberá estar presente en su contenido una frase o mensaje que contenga la tesis de que todas las personas de nacionalidad venezolana actúan o influyen de manera negativa en

la sociedad. Es decir, se plantea la idea de que las conductas negativas son inherentes de todas las personas venezolanas.

#### 8.1.2. Imputación de delitos

Para este criterio, se hará especial énfasis en las frases en las que se acuse directamente de delitos a la comunidad venezolana, en general, o a un miembro en particular, siempre y cuando, esta acusación no haya sido decretada e imputada previamente por un juez.

#### 8.1.3. Presencia de estereotipos

Este ítem hace referencia a la forma en la que narran o se expresan sobre una comunidad, por ejemplo, cuando se dice “Los venezolanos ladrones” o frases que contribuyan a la apropiación de estereotipos sobre esta población.

#### 8.1.4 Acusación sobre una situación social negativa

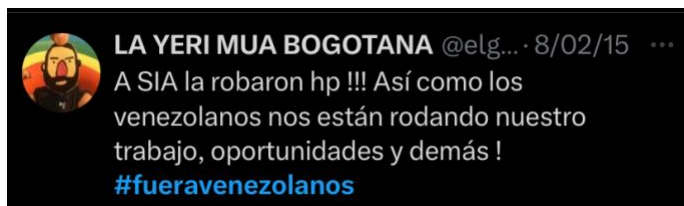
Como se describió en el marco teórico, muchas veces las comunidades culpan a las personas externas de las desgracias o realidades negativas que se viven en el entorno, bajo esta idea, el criterio requerirá de una propuesta en la que se exponga como culpables de los males sociales a los migrantes venezolanos.

Bajo estos parámetros, los contenidos seleccionados fueron los siguientes:

1. <https://x.com/kaisaras/status/1198085135289212928?s=46>



2. <https://x.com/elguaimaron/status/564638814673829889?s=46>



3. <https://x.com/anderzazcs/status/1647794511916015618?s=46>



4. <https://x.com/camilo31088011a/status/1198005704017223682?s=46>



## 8.2. Implementación del muestreo

- **Encuesta de percepción:**

1. ¿Qué opina de los migrantes provenientes de Venezuela?
2. ¿Ha escuchado opiniones negativas sobre la población venezolana? ¿Qué opina de ellas?
3. ¿Cuál es su posición con respecto a la xenofobia?
4. ¿Ha tenido interacción en redes sociales con cuentas que difundan mensajes negativos sobre los extranjeros venezolanos? si la respuesta es sí ¿cuáles?
5. En un rango de 1 a 10 ¿Cuánta credibilidad le da a los contenidos presentes en la red social "X"?
6. ¿Qué opinión le merece la creciente cantidad de migración venezolana en el país?

Link de la encuesta: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSesot13LQsoea-mBXldCsVcU\\_os3bZuiTzHs6RTFoubWRSiWg/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSesot13LQsoea-mBXldCsVcU_os3bZuiTzHs6RTFoubWRSiWg/viewform)

Como se expuso en la pregunta problema, se propone trabajar con estudiantes universitarios que estén en un rango de edad entre los 18 y 23 años, no obstante, se

debe hacer una previa selección de los individuos, pues es necesario que cumplan con ciertos parámetros que darán más objetividad a la investigación. Para ello, se hará una encuesta de percepción a 25 estudiantes del rango de edad establecido que estudien en la Universidad Santo Tomás, el objetivo de esta encuesta es conocer la percepción que tienen estas personas de los migrantes venezolanos (pues si su imaginario ya es negativo, no se podría demostrar la influencia del contenido xenófobo expuesto en X).

Luego de realizada la encuesta, se seleccionó una población de entre 5/10 estudiantes que reflejaron en las respuestas de la prueba una imagen neutral o incluso positiva de la comunidad venezolana. De esta manera, al exponerlos a los comentarios, fotos y videos de los hashtags de X, a la par que se comparan sus respuestas en ambos procesos de encuestas; se podrá establecer si existe una relación entre los contenidos y el aumento de la percepción, de quienes los consumen, negativa de los extranjeros venezolanos.

Como se explicó previamente, la muestra de estudiantes que harán parte del proceso de exposición al contenido xenófobo saldrá de esta encuesta. Pues esta, nos permitirá diferenciar entre quienes tienen, previamente, un imaginario negativo o quienes hacen caso omiso y no poseen una posición marcada ante esta población.

Para que un estudiante sea seleccionable, debe demostrar que es indiferente o, incluso, opositor de los pensamientos discriminatorios y de odio frente al inmigrante venezolano.

De igual forma, en pro de una selección objetiva de los individuos que llegaron a la segunda parte del proceso investigativo, fueron diseñados ciertos parámetros que

dictaminaron y separaron a quienes se consideraron como aptos para seguir adelante con el proceso y quienes no, estos fueron los siguientes:

- Neutralidad (parámetro obligatorio): Este parámetro, particularmente, es el único que se considera obligatorio para seguir a la siguiente fase; para cumplir con él, el estudiante tuvo que demostrar una postura neutral o en contra de comentarios xenófobos, la xenofobia como tal y, por otra parte, debió dar una opinión positiva o imparcial, con respecto, a los migrantes provenientes de Venezuela. Para la segunda parte del proceso (la encuesta post exposición), se considerará como incumplido este parámetro si la persona apropia una ideología negativa o declara estar de acuerdo con alguno de los mensajes xenófobos de los contenidos a los que serán expuestos.
- Credibilidad: Este parámetro hace referencia a la credibilidad que le da el entrevistado a los contenidos que se encuentra en la red social "X", en esta ocasión, si el entrevistado considera que su credibilidad hacia dichas publicaciones, en una escala de 1-10, es de 5 o más, sería una persona seleccionable para continuar hacia la siguiente instancia. Desde otra perspectiva, este parámetro, particularmente, se incumplirá si el participante afirma que su perspectiva cambió a raíz de las publicaciones con las que tuvo contacto.
- Contacto: este parámetro, a diferencia de los anteriores, es un poco más flexible en el caso de que algún encuestado no lo cumpla, pero, respectivamente, si cumpla con los otros dos. En este, puntualmente, se tendrá en cuenta si el sujeto ha tenido previo contacto con contenidos xenófobos en redes sociales y, en caso de que sí, cuál es su opinión o

sensación frente a este. Es importante recalcar que, este parámetro no tendrá lugar para el análisis del segundo proceso de encuesta.

Bajo estos criterios, luego de realizada la encuesta de percepción, los estudiantes seleccionados para seguir adelante con el proceso son:

1. 2290756
2. 2311137
3. 2306289
4. 2308869
5. 2321643

| Nombre   | Carrera             | Semestre     | Edad |
|----------|---------------------|--------------|------|
| Sujeto 1 | Comunicación Social | 6to semestre | 22   |
| Sujeto 2 | Comunicación Social | 7mo semestre | 21   |
| Sujeto 3 | Comunicación Social | 7mo semestre | 21   |
| Sujeto 4 | Comunicación Social | 7mo semestre | 21   |
| Sujeto 5 | Comunicación Social | 6to semestre | 20   |

#### **8.4. Exposición y análisis**

Luego de realizados los pasos expuestos anteriormente, se procederá a realizar el proceso de exposición, con el grupo seleccionado, a las publicaciones tomadas de

los hashtags de estudio. Esto, singularmente, llevó a que se juntarán en un mismo espacio y realizarán la actividad en paralelo para dar mayor credibilidad a la investigación.

El objetivo de ello será conocer de primera mano la reacción y adecuación de quienes, en teoría y según el primer proceso de encuesta, tienen una posición neutral frente a la estigmatización de la población venezolana.

Así mismo, posterior a la exposición, se realizará una encuesta final donde los sujetos deberán responder con una nueva opinión con respecto a la comunidad.

- Encuesta post exposición
- 1. ¿Qué opina usted de estas publicaciones?
- 2. ¿Está de acuerdo con alguna de las afirmaciones dichas en las publicaciones?
- 3. ¿Qué percepción tiene usted de estas afirmaciones?
- 4. Luego de haber visto estas imágenes, ¿considera que estos contenidos cambiaron su percepción de los migrantes venezolanos?
- 5. ¿Recomendaría a una persona de nacionalidad venezolana para algún tipo de actividad en concreto?
- 6. ¿Se siente seguro y cómodo al compartir un espacio con una persona de nacionalidad venezolana?

### **8.3.1. Análisis**

Luego de haber terminado los dos procesos de aplicación de encuestas, se realizará una comparación entre las respuestas del primer proceso y el segundo para, luego

de un análisis, determinar si existe algún tipo de influencia de los contenidos xenófobos compartidos a través de la plataforma y red social digital “X”.

Este análisis se llevará a cabo a través de la revisión de cada una de las categorías, expuestas anteriormente, y la interpretación de todas las respuestas dadas por los encuestados. Por ende, se apreciará si hubo algún cambio de opinión con respecto a la comunidad y, en cada caso específico, cuál fue el tipo de publicación que más le impactó o más repercusión tuvo en su forma de pensar.

Posterior a ello, y con el objetivo de tener cifras exactas con respecto al resultado de este proceso investigativo, se clasificará a las personas en dos categorías “influido/da” o “no influido/da”, siendo la primera la categoría donde se ubicará a las personas que demuestren haber generado un pensamiento negativo hacia la población migrante y, en la segunda, las personas que no tienen ningún rastro de haber cambiado su percepción frente a la comunidad venezolana y se mantuvieron firmes con sus creencias principales luego de ver el contenido xenófobo de redes sociales

Este proceso de división permitiría, en primer lugar, que sea mucho más sencilla la contabilidad de las personas y que se llegue a una conclusión mucho más exacta con respecto a la influencia, puesto que, dependiendo del número de personas que resulten en la categoría de “influido/da” se podrá concluir si, hubo o no, una influencia significativa (en cuestión de la cantidad de personas) de los contenidos xenófobos.

**Categorías:**

- **Influido/da:** Se incluyen en esta categoría a todos los encuestados que, luego del proceso de “Post exposición”, reflejan haber cambiado su percepción con respecto a las personas provenientes de Venezuela, al estar de acuerdo o aprobar algún post o afirmación que se encuentre en ellos.
- **No influido/da:** En esta categoría se encontrarán los encuestados que, luego de la exposición, reflejan un rechazo a todos los comentarios xenófobos o, como segunda opción, se hubiesen mantenido en la misma posición previa a entrar en contacto con las publicaciones de “X”.

Es importante recalcar que, para definir si fueron influidos o no, se relacionarán las mismas categorías, únicamente eliminando “contacto”, que se aplicaron en el primer proceso de encuesta.

#### **8.4. Creación de grupos focales que generen discusión.**

Para este paso metodológico se conformó un grupo de estudiantes con características diferentes, migrantes del Perú y Venezuela, que entraron en debate con los estudiantes que ya fueron previamente expuestos e influidos por el contenido xenófobo.

Este grupo tenía como objetivo recolectar la mayor cantidad de percepciones sobre la problemática y, junto con ello, propuestas desde el punto particular y profesional de cada estudiante para mejorar la situación.

Esta reunión fue realizada de manera virtual vía la aplicación Teams y fue grabada para su posterior análisis. La reunión tuvo una duración total de 40 minutos en los que se debatió en torno a 5 preguntas orientadoras que buscaban guiar a los estudiantes a una reflexión con respecto a las posibilidades de mejora de la

problemática y contrarrestar el impacto negativo de las redes sociales en materia de lo estudiado en esta investigación.

Las preguntas orientadoras que llevaron el hilo de la conversación fueron las siguientes:

1. ¿Qué podemos hacer desde la comunicación para hacer contrapeso a esta problemática?
2. ¿Por qué creen que se le da tanta credibilidad a las redes sociales en materia de las denuncias y prejuicios que se publican?
3. ¿Consideran que las redes sociales actúan como creadoras de prejuicios en la sociedad o, únicamente, nos ‘recuerdan’ pensamientos que ya teníamos previamente?
4. ¿Consideran que las redes sociales actúan como creadoras de prejuicios en la sociedad o, únicamente, nos ‘recuerdan’ pensamientos que ya teníamos previamente?
5. En la mayoría de los casos a los migrantes alrededor del mundo se les encasilla por algún tipo de prejuicio ¿Como podemos combatir esos escenarios y qué estrategias podríamos utilizar para ser nosotros quienes nos narremos como colombianos, peruanos, venezolanos etc.?

## **9. Resultados y análisis:**

El proceso metodológico llevado a cabo en esta investigación arrojó diversos resultados en las diferentes instancias en las que se puso a prueba a los estudiantes que fueron partícipes de todo este proceso, de esta manera, nos encontramos con dos encuestas diferentes que permitieron clasificar, en una primera y segunda instancia, a los universitarios participantes, para dar un resultado

concreto, con respecto, a la influencia de los contenidos xenófobos presentes en la red social “X”.

En primer lugar, se realizó una encuesta de percepción que alcanzó un total de 11 respuestas realizadas por estudiantes que, al final, terminó dejando únicamente a 6 de ellos quienes, bajo los parámetros expuestos en la metodología, cumplían con los requisitos para poder seguir adelante a la siguiente fase.

| Sujeto    | Carrera             | Semestre | Selección (Si/no) |
|-----------|---------------------|----------|-------------------|
| Sujeto 1  | Comunicación social | 6to      | Sí                |
| Sujeto 2  | Comunicación social | 7mo      | Sí                |
| Sujeto 3  | Comunicación social | 6to      | No                |
| Sujeto 4  | Comunicación social | 6to      | Sí                |
| Sujeto 5  | Comunicación social | 7mo      | No                |
| Sujeto 6  | Comunicación social | 7mo      | Sí                |
| Sujeto 7  | Comunicación social | 7mo      | No                |
| Sujeto 8  | Comunicación social | 6to      | No                |
| Sujeto 9  | Economía            | 5to      | No                |
| Sujeto 10 | Comunicación social | 7mo      | No                |
| Sujeto 11 | Comunicación social | 7mo      | Sí                |

Cada una de las respuestas brindadas por los estudiantes se clasificó como válida e inválida dependiendo de, si cumplía o no, con alguno de los criterios expuestos en la metodología, para facilitar la selección de marcaron por colores, siendo el verde el único que las categoriza como válidas y, el resto de colores, siendo la marca del parámetro que incumplieron, razón por la cual, se declararon inválidas.

| Colores representativos del criterio al que falló en la respuesta |
|-------------------------------------------------------------------|
| Contacto                                                          |
| Credibilidad                                                      |
| Neutralidad                                                       |
| No corresponde o no responde                                      |

Los estudiantes seleccionados fueron aquellos que, de las 7 respuestas posibles, dieron respuestas válidas en, al menos, 4 de ellas. Es importante recalcar que, como se explicó anteriormente, si el estudiante demuestra no tener una opinión neutra, si no, sesgada por la comunidad venezolana, instantáneamente, será descalificado.

### 9.1. Respuestas primera encuesta.(Conteo)

Las respuestas completas y textuales se pueden encontrar en el anexo #1

| Código  | Respuesta #1 | Respuesta #2 | Respuesta #3 | Respuesta #4 | Respuesta #5 | Respuesta #6 | Respuesta #7 |
|---------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| 2290756 |              |              |              |              |              |              |              |
| 2306289 |              |              |              |              |              |              |              |
| 2321643 |              |              |              |              |              |              |              |
| 2324690 |              |              |              |              |              |              |              |

|         |  |  |  |  |  |  |  |
|---------|--|--|--|--|--|--|--|
| 810813  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2311137 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2306005 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2322381 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2321639 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2306718 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2308869 |  |  |  |  |  |  |  |

Luego de un corto análisis con respecto a los resultados dados hasta el momento, se puede determinar que, después de haber realizado el proceso de encuesta, son más las personas que tienen un sesgo ideológico negativo hacia la comunidad venezolana y que, muchos de ellos, dicen estar en contra de la difusión de estigmas sociales que manchan la reputación e imagen de esta comunidad, no obstante, caen en la reproducción de mensajes xenófobos.

De igual forma, aunque todas las personas que participaron en la encuesta aseguraron que, singularmente, no apoyan e incluso repudian la xenofobia, en su mayoría, en el resto de sus respuestas, estigmatizan a la población migrante y reproducen mensajes de odio y xenofobia hacia los mismos.

De igual manera, aunque muchos aseguran tener una posición neutra, caen en estigmas sociales ya preestablecidos hacia la comunidad migrante, de hecho, en la mayoría de los casos, demostrado particularmente en la pregunta 7, los encuestados aseguran que la migración venezolana tiene efectos negativos en la sociedad colombiana.

## 9.2. Encuesta post exposición

En segundo lugar, con las personas que resultaron aptas del primer proceso de encuesta, se llevó a cabo una segunda intervención en la que eran expuestos a los contenidos xenófobos publicados en la red social “X”. Todo esto, con el objetivo de comprender el impacto que tendrían dichas publicaciones en los estudiantes universitarios.

Estás respuestas se revisaron y juzgaron a partir de los apuntes dados en la primera encuesta, de esta manera, si se percibía un cambio de las opiniones que en un momento fueron positivas o neutrales sobre la comunidad venezolana, se consideraría, que el estudiante cambió su perspectiva gracias al contacto con estas publicaciones.

Bajo esta perspectiva, se podría considerar que las respuestas fueron analizadas bajo los mismos criterios que se utilizaron para la primera encuesta. Por otra parte, y para llegar a un resultado más conciso con respecto a esta investigación, se clasificaron a los estudiantes en las dos categorías explicadas previamente (influido/da y no influido/da).

| Código  | Respuest<br>a #1 | Respuest<br>a #2 | Respuest<br>a #3 | Respuest<br>a #4 | Respuest<br>a #5 | Respuest<br>a #6 |
|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 2311137 |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 2308869 |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 2306289 |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 2321643 |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| 2290756 |                  |                  |                  |                  |                  |                  |

Revisando los resultados contractuales, se podría asegurar que, los estudiantes si fueron impactados e influidos por los contenidos que fueron publicados en la red social “X”, por lo menos, en alguna de sus respuestas. Por otra parte, es importante

revisar las contestaciones para comprender los nuevos juicios de valor que generaron hacia la comunidad venezolana.

Esta revisión la puede encontrar en el [anexo 2](#). Allí encontrará un análisis respuesta por respuesta en el que se analiza lo expuesto por los estudiantes y se determina en qué criterio o qué perjuicio xenofóbico caen al describir a la población migrante.

### **9.3. Posibles determinantes del cambio entre encuestas.**

Más allá del resultado visible en las tablas es importante analizar las respuestas y considerar los factores de cambio en las percepciones entre el primer y el segundo proceso. Para esto se revisó lo expuesto en las etapas y se analizó la nueva percepción, si aplica, sobre los migrantes y ciudadanos venezolanos.

Fueron tomados como referencia y ejemplo las respuestas de los sujetos para argumentar su cambio de posición e intentar categorizar el campo social en el que demuestran una determinación o sesgo previo que puede influir en sus respuestas. En este caso, los dos escenarios sociales serán la esfera pública y la esfera privada.

#### **9.3.1. Esfera pública**

Entre las posibilidades que se encuentran sobre el factor determinante en el cambio de las percepciones de los sujetos con los que se llevó a cabo la investigación.

Puede plantearse que el sesgo ideológico y la conservación con respecto a la xenofobia no parten únicamente de las redes sociales como un espacio masivo de difusión de contenidos que aluden a estos temas.

Habermas en el pasado ya había definido a la “Esfera Pública” como un lugar en donde los individuos pueden hablar y reunirse para discutir los temas más controversiales o relevantes a la par en la que se tocan los aquellos que son de interés común, formando así una opinión pública.

Ahora, bajo el contexto de esta investigación, este planteamiento nos hace pensar que quizás las redes sociales no funcionan únicamente como un espacio de reproducción o formación, en ciertos casos, de ideologías y pensamientos; si no, que se convierte en un actor capaz de rebobinar, revivir y hacer resonancia de pensamientos que previamente ya tenía interiorizados el individuo.

Este es el primer punto de análisis que se puede extraer de los resultados en las encuestas pues, en muchos casos, los estudiantes de la Universidad Santo Tomás afirmaban respuestas como “Creo que la migración venezolana ha ido afectando al país, no solo en la inseguridad. Sino también en peligros cómo asesinatos.

Teniendo en cuenta que, actualmente varias bandas de vandalismo se conforman de personas venezolanas y eso siempre lo dicen las personas”. Dejando ver que las publicaciones a las que fueron expuestos les hicieron recordar otras discusiones que ya habían tenido previamente.

“Lastimosamente, esta agenda mediática y representación de migrantes venezolanos me ha sugestionado, hasta tal punto que llegó a ser reacio a la interacción con los que distingo al soslayo. En general, no me siento seguro cuando veo a este tipo de población venezolana, sobre todo joven.” Una respuesta como esta deja ver de forma directa que el estudiante ya ha tenido previos acercamientos

a contenidos o ideologías xenófobas sin necesidad de haber sido en redes sociales. Por otra parte, es importante recalcar que estas respuestas son del segundo test y, para que este estudiante llegara hasta esta instancia, tuvo que previamente ser considerado neutro en los parámetros de la primera encuesta ya explicados en la metodología.

Entonces, bajo esta perspectiva, se plantea que el estudiante no es una persona que no haya tenido una previa exposición a los contenidos xenófobos, si no, que no tenía apropiados del todo estas ideologías; sin embargo, haber revisado los memes hizo que el retomará y recordara aquello que ya había visto previamente y la suma de estas dos situaciones, terminó llevándolo a que apropiara, ahora si, este tiempo de mensajes.

“Si, ya qué los venezolanos, A veces vienen al país Colombia a robar a vender drogas entre otras cosas ilegales, y estar metidos en broncas entre bandas de drogas por eso no cambiaría mi perspectiva sobre sobre los venezolanos”. En este caso en particular, aunque es un claro ejemplo de la tesis que se maneja al igual que las respuestas anteriores, deja ver de forma explícita que el hecho de hacer referencia a cuestiones negativas frente a la comunidad venezolana hizo que el individuo no sólo recordará situaciones similares, si no, que todos aquellos prejuicios sobre la comunidad llegaran a su cabeza.

Ósea, los memes con los que tuvo contacto no hacen referencia al 100% a las situaciones que denuncia, sin embargo, si tiene relación o similitud con algunas otras que también narra. Por ejemplo, el estudiante dice que los venezolanos están “metidos en broncas entre bandas de drogas”; situación que no se plantea ni se

hace referencia en las publicaciones de X. Sin embargo, ver afirmaciones negativas de los migrantes venezolanos trajeron a su mente los prejuicios que ya había, aunque no los demostraba, adquirido en otros entornos.

“Sí, por qué los venezolanos ahora aparecen siempre cuando pasa algo malo como él robar y esas cosas.”. A pesar de que las publicaciones seleccionadas en la metodología hacían referencia a los actos delictivos en los que se han visto envueltos algunos migrantes provenientes de Venezuela. El estudiante en su frase afirma que siempre que ve situaciones de este estilo hay algún migrante que tiene relación con ello. De esta manera, trae a colación sus vivencias y opiniones previas sin tener que existir necesariamente una relación directa con los memes.

### **9.3.2. Esfera privada**

La esfera privada se refiere netamente al ámbito personal e individual de cada persona en el que discute, consigo mismo; sus opiniones, ideas y percepciones. De igual manera, se desarrollan sus relaciones íntimas y personales alejadas de la influencia pública y social.

Se considera un espacio fundamental para la identidad y la autonomía del individuo. De hecho, es vital a la hora de comprender la forma en la que una persona se comporta en público.

Bajo esta lógica, depende de esta parte de la persona su grado de aceptación y apropiación de lo que recibe de la esfera pública. Básicamente, si una persona tiene una predisposición positiva o negativa frente a algún tema en específico desde su

esfera privada, cuando pase a la pública, esta podría ser un factor determinante en la reacción de esta persona al entrar en contacto con el tema en cuestión.

“Si bien, muchas son ciertas, creo que llegan a ser repetitivas y un poco extremistas” Respuestas como estas dejan ver que los estudiantes no son 100% influenciados y que sus percepciones terminan siendo formadas o adecuadas a un 100% por los estímulos que les da la sociedad o el contexto en el que están inmersos.

También tienen ciertas perspectivas previas y análisis interiores anteriores que crean algún tipo de barrera frente a las afirmaciones o ideologías que van en contra de lo que ellos ya han formado desde su esfera privada. Esto no significa que sean inmunes a la xenofobia o que aquellos que caen en estos sesgos tengan bases xenofobias o de odio. Si no, que las vivencias y conversaciones previas pueden jugar un papel determinante en casos específicos a la hora de tener contacto con publicaciones del estilo de las que fueron expuestas en este proceso investigativo.

“Si, conozco algunos amigos venezolanos y son personas muy correctas y trabajadoras.” Una vez más, en consecución con lo que se relaciono en el análisis de la respuesta anterior; encontramos que las experiencias y las vivencias previas juegan un papel fundamental a la hora de tener un contacto con contenidos xenófobos.

Si bien, lo que planteaban los memes en su mayoría son generalizaciones de los venezolanos como un grupo criminal o negativo por completo (partiendo desde los actos de algunos de sus integrantes en específico). El hecho de que esta persona

conozca a migrantes venezolanos y los considere 'buenos' hace que no caiga en el prejuicio o estigma de creer que una comunidad entera sea mala. Al contrario, desde sus vivencias personales plantea que hay excepciones

“Mi posición siempre ha sido la misma con respecto a la representación social que se ha generado sobre esta parte de los migrantes venezolanos que no es mínima. frente a este supuesto, el total de porcentaje de esta no es por culpa de los venezolanos migrantes, sin embargo, creo que han aumentado los índices de inseguridad y se ha generado una categorización del venezolano como ladrón o asesino.” Un análisis de esta clase permite evidenciar la previa inconformidad del sujeto con respecto a la xenofobia y el modo en el que se generaliza a la población venezolana.

Si el individuo solo hubiera formado sus perspectivas y visiones desde lo expuesto en los memes o en el contexto social no tendría por qué tener una visión cercana a lo que retrato en respuestas como estas. Siendo su escenario privado uno de los protagonistas en la consecución de esta opinión.

#### **9.4. Opiniones, propuestas y soluciones del grupo focal.**

El grupo focal fue llevado a cabo como parte del proceso investigativo y con el fin de, no únicamente, comprender el nivel de impacto de las redes sociales en la propagación de la xenofobia, si no, de intentar generar una conversación entorno a la problemática buscando posibles alternativas para intentar hacer contrapeso a sus afecciones y, de igual manera, comprender otros puntos de vista que se quedaron afuera en los procesos de encuesta y en general de la investigación de esta tesis.

El grupo focal giró en torno a las preguntas ya expuestas en la metodología y recogió varias percepciones y perspectivas de las personas que hicieron parte de este. De igual forma, deja un precedente, no únicamente en torno a este proceso investigativo, si no, en la discusión sobre a las redes sociales como canales comunicativos y de gran influencia en la sociedad.

#### **9.4.1. Análisis pregunta por pregunta**

##### **9.4.1.1. ¿Qué podemos hacer desde la comunicación para hacer contrapeso a esta problemática?**

No en vano se dice que la comunicación es una de las acciones inherentes del ser humano y de sus procesos cotidianos, es precisamente por eso que la mayoría de las respuestas y soluciones que se le dan a los problemas que aquejan a la sociedad parten de ella.

Un problema en el que los canales comunicativos se ven envueltos, basado en lo registrado en el panel, debe resolverse de la misma manera o puede encontrar algún tipo de respuesta que contrarreste los efectos negativos también desde la comunicación; para esta pregunta prácticamente las respuestas fueron totalmente similares la una con la otra, todas apuntaban a que se deberían crear estrategias en las que se resalte de manera positiva el papel de los venezolanos y su aporte en todos los campos de Colombia, siendo ejemplo, según los integrantes del grupo focal la gastronomía, la cultura y su forma de ser.

“La migración venezolana tiene cosas buenas que resaltar, han traído gastronomía buena al país, pero eso se minimiza por las malas noticias y por el lenguaje violento y libre de las redes sociales...creo que el hecho de que existan hace que el estigma

se vuelva más grande...Resaltar cosas buenas puede combatirlo” (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

De igual forma, se planteó que no solamente se debe hacer campaña para dar una perspectiva diferente de la comunidad venezolana, sino, que es importante centrarse también en el receptor de la información y los usuarios de las plataformas, los integrantes del grupo tienen la teoría de que ‘si se tiene un público educado y con un pensamiento crítico fuerte es posible que no crean ni difundan publicaciones de odio’. Un ejemplo de ello es esta respuesta:

“Las personas llegan a culturizarse por estos medios así que creo que debe involucrarse este mismo canal para dar una solución .... Se podría educar a los usuarios de estos medios para que no caigan en ellas ...Aunque se debe también centrar en el mensaje”. (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

#### **9.4.1.2. ¿Por qué creen que se le da tanta credibilidad a las redes sociales en materia de las denuncias y prejuicios que se publican?**

Educar al usuario de las plataformas es casi tan vital como controlar el contenido que ronda por estos canales digitales. Al igual que en la pregunta anterior, se plantea que en muchas ocasiones el grado de viralidad en una publicación de odio o con información falsa puede deberse al poco pensamiento crítico de aquellos que tuvieron contacto con ella. Si las personas fueran un poco más críticas y ‘desconfiadas’ frente a lo que ven en redes sociales, es probable, que aquellos contenidos no tuviesen el éxito que hoy en día tienen.

“Se tendría que educar a toda la sociedad, porque hoy en día está la costumbre de que lo que ven lo creen”. (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

Referente también a lo que denominamos “Educar al usuario” encontramos que no se puede centrar únicamente en fomentar un mayor pensamiento crítico, sino, en cambiar la perspectiva con referencia a la cultura que tienen al revisar redes sociales o noticias.

La inmediatez y la necesidad de tener la información de manera rápida y sin dar tiempo al análisis de la misma, hace que tanto emisores como receptores cometen varios errores en el proceso comunicativo pues, así como muchas personas piensan que se informan al solo leer el titular; existen otras que no se toman el tiempo de revisar la información ni confirmar antes de sacarla a la luz. Se vive en una constante guerra por ser el primero en decir algo, al punto en que ni siquiera se sabe bien qué es lo que se dice.

“Estamos acostumbrados a un estilo de vida en el que no revisamos que es lo que vemos ni lo que compartimos .... Las nuevas generaciones quieren todo a la inmediatez y redes como X se prestan para eso”. (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

Muchas veces no se revisan fuentes oficiales porque se vuelve “demorado” hacer el proceso de contrastar y corroborar la información.

“Las redes se han consolidado como espacios de formación de imaginarios sociales y la masividad de noticias solo apoya esto”. (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

**9.4.1.3. ¿Cuáles son los parámetros que tienen las redes sociales que los convierten en escenarios propicios para la propagación de la xenofobia?**

Aunque todo lo que se ha recogido en las preguntas anteriores es muy importante a la hora de plantearnos posibles soluciones o respuestas al impacto de las redes sociales en las perspectivas xenófobas. Hace falta ver el papel que toman las mismas redes en materia de su forma de funcionar y cómo esto puede aportar a que se sigan creando y difundiendo estigmas y prejuicios.

Por su naturaleza misma, como se explicó en apartados anteriores, las redes sociales se han convertido en escenarios en los que difundir contenidos xenófobos no es para nada difícil y, de igual forma, permiten al agresor mantenerse en el anonimato; situación que detona en una falta de responsabilidad y compromiso pues es muy difícil que una persona sienta las consecuencias de recaer en estos actos cuando nadie sabe quién es realmente.

“Las redes dan mucha libertad...Las personas no se ven como personas, si no, como cifras...Yo puedo hacer un comentario xenófobo y si me restringen puedo crear otra cuenta sin ningún problema.” (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

Igualmente, en concordancia con la respuesta, los mecanismos de defensa de las plataformas pueden llegar a ser muy poco efectivos cuando se trata de censurar un contenido o a una persona que comete faltas de forma regular; crear una cuenta después de que eliminan una es cuestión de minutos y, en muchos casos, se llega al cierre de la cuenta luego de muchos reportes y denuncias en los contenidos. Lo que vuelve aún más ineficaz al proceso de protección y censura que se maneja en redes sociales.

**9.4.1.4. ¿Consideran que las redes sociales actúan como creadoras de prejuicios en la sociedad o, únicamente, nos ‘recuerdan’ pensamientos que ya teníamos previamente?**

Antes de llegar al uso de redes sociales, la mayoría de las personas, pasamos por un proceso de educación y creación de pensamientos en conjunto con valores y principios que parten de algunos escenarios sociales como el hogar, la familia, el colegio, la universidad y los distintos grupos de relacionamiento en los que nos vemos envueltos.

De esta manera, hay personas que por el contexto social en el que están inmersos pueden llegar a ser más propensos a apropiarse de prejuicios y opiniones xenófobas.

Desde esta perspectiva, puede que las redes sociales lleguen a tener tal impacto en la propagación de la xenofobia porque sus contenidos resuenan en aquellos pensamientos que el usuario ya tenía o había interiorizado, pero no estaban presentes en su día a día.

“Yo siento que todo se forja con las vivencias individuales, como la escuela, si tu estas en ambientes donde siempre escuchas comentarios de discriminación, empiezas a formar pensamientos entorno a eso...Las redes sociales son afirmadoras, pueden hacerte debatir en pensamientos que tienes o puedes reafirmar pensamientos negativos que tenías”. (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

Las personas, en conclusión, a la charla dada en esta pregunta, toman acción frente al contraste de lo que tienen interiorizado y los nuevos temas u opiniones que encuentran en los diferentes canales comunicativos. Por ende, es probable que las redes sociales solo funcionen como un medio en el que las personas pueden encontrar estos contenidos y ‘rebobinar’ aquella información que ya habían aceptado o rechazado en otros ambientes y contextos sociales.

**9.4.1.5. ¿Tratan diferente al migrante dependiendo de su lugar de origen? ¿En sus casos particulares como latinos son conscientes de los estigmas que hay alrededor de su país?**

Los latinoamericanos son de las personas sobre las que más se tienen estigmas y prejuicios alrededor del mundo, siempre se ha comentado que América Latina y, en general, sus habitantes, no son especialmente bien recibidos en partes del mundo como Europa o Norteamérica. Inclusive, entre los mismos países que conforman Latam, mantienen prejuicios los unos de los otros.

“No es lo mismo como en algunos países acogen a un venezolano o un peruano a cómo acogen a un argentino o colombiano” (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

Es importante tener en cuenta que los estigmas cambian y que alrededor del mundo las personas también piensan diferente, así que las vivencias pueden cambiar no solamente por el lugar del que provienen las personas, sino, por el lugar al que van a visitar.

“Yo soy peruano y en Perú se decía que los colombianos eran personas como los venezolanos, agresivos, conflictivos y fríos, pero cuando llegué me di cuenta de que no era así”. (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

Es importante recalcar que muchos de estos prejuicios nacen desde la generalización de los actos de pocas personas. Uno de los ejemplos más claros es el caso del narcotráfico en Colombia por personajes como Pablo Escobar. Se debe concientizar a las personas de que no hay actos propios de una comunidad en su totalidad, por ende, los malos actos de una persona no deberían manchar el nombre

de una colectividad completa. Igualmente, es preocupante pensar que la discriminación por rasgos o el lugar de nacimiento no solo se da en el panorama internacional. Hay personas que se sienten excluidas por otras, aunque son del mismo país, pero son de ciudades o regiones distintas

“Aquí en Perú somos muy multiculturales y diversos, pero hay personas que se discriminan por sus creencias o costumbres. Acá particularmente le tiran ‘Hate’ a la gente de la sierra”. (Respuesta a la pregunta en el grupo focal).

Conversatorio completo [aquí](#).

## **10. Conclusiones**

Luego de analizados los resultados y hallazgos extraídos en el trabajo de campo y los grupos focales son varias las conclusiones a las que se puede llegar con respecto al impacto e influencia que tienen las redes sociales en la propagación de la xenofobia y el imaginario negativo de los migrantes venezolanos por parte de estudiantes de 18 a 23 años de la Universidad Santo Tomás.

Como respuesta a la pregunta problema, se asegura que las redes sociales; por sus características propias, el nivel de credibilidad que se le da a sus contenidos y la gran apropiación que demostraron los estudiantes sujetos de prueba; son un espacio propicio para la propagación de la xenofobia y tienen un gran impacto e influencia en la percepción de los migrantes venezolanos por parte de quienes tienen contacto con los contenidos xenófobos que circulan en ellas.

### **10.1. Viralización y cantidad**

En primer lugar, y en relación con el proceso metodológico, se puede asegurar que hay una gran cantidad de publicaciones de odio y xenofobia contra los migrantes venezolanos en la red social X. Inclusive, esto no es una realidad aislada o exclusiva de Colombia, son varios los orígenes de los perfiles que se encargan de crear un imaginario negativo sobre esta población.

Por otra parte, estas publicaciones llegan a ser masivas y virales, con una gran cantidad de reacciones y comentarios, situación que se vuelve preocupante pues plantea que este el contenido de esta índole tiene una gran probabilidad de conseguir éxito en materia de 'Números'. Casi como si se convirtiera en un nicho, es capaz de viralizar a cualquier persona que ataque a la comunidad.

La mayoría de las publicaciones que fueron encontradas en el hacer de esta investigación hacen referencia a crímenes y a la generalización de los venezolanos como una población problemática y criminal en su totalidad. Inclusive, en algunas de las publicaciones, los comentarios y reacciones de las personas que tenían contacto con ellas, aparte de ser negativos, llegan a culpar a la población venezolana de otros actos o situaciones que ni siquiera tienen relación con lo que planteaba la publicación.

En conclusión, al menos en el caso específico de esta red social, hay mucho contenido xenófobo y es muy probable volverse viral con publicaciones que aluden al odio o la violencia

## **10.2. Falta de control por parte de la plataforma e inmediatez**

Hace falta mayor control y revisión por parte de X referente al contenido explícito, xenofóbico y violento. Particularmente, las redes sociales terminan convirtiéndose

en un escenario propicio para la propagación de la xenofobia por su misma naturaleza y forma de operar.

No hay los suficientes controles como para evitar que publicaciones, como las que fueron seleccionadas y revisadas en esta investigación, lleguen a sus usuarios.

Hace falta tener un correo y un dispositivo móvil como únicos requisitos para poder incurrir en estos actos.

Son tan bajos los mecanismos de seguridad y protección entorno a este tema que, incluso, si una persona llega a ser ‘baneada’ o eliminada de la red social por cometer estos actos; simplemente debe crear un correo diferente y una nueva cuenta; solo con esto, vuelve a tener a su disposición la red social como un canal de difusión de sus juicios, insultos y prejuicios.

Desde otra perspectiva, no existe casi ningún tipo de censura a las publicaciones que se publican en esta red social, básicamente, cualquier persona puede ‘subir’ lo que desee y, como máxima medida, X colocara un letrero que indique que “Este contenido puede ser explícito o de odio”.

Por otro lado, deberían ser más eficaces en el control y atención que se le da a las denuncias, pues, cuando se denuncia una publicación, la red social no la elimina o estudia, solamente deja de mostrarla al usuario que la denunció. Verdaderamente, la publicación sigue su curso en la plataforma. Hacen falta muchas denuncias para que se le haga un real control al usuario o los contenidos que publica.

Como conclusión, hace falta en las redes ser más rigurosos en los contenidos que permiten que circulen en su plataforma, de igual manera, no deberían permitir que personas que acaban de perder su cuenta por incurrir en una falta creen otra sin

ningún tipo de complicación, más aún, cuando la nueva cuenta también va dirigida hacia compartir el mismo tipo de contenido.

### **10.3. Si influyen en el imaginario negativo**

Por los resultados expuestos de esta investigación y los hallazgos que se iban recolectando en la consecución de esta. Se puede afirmar que los contenidos xenófobos si tienen impacto e influyen las personas que tienen contacto con ellos. De hecho, como se planteó en la justificación, se esperaba que los sujetos que fueron abordados en este proceso investigativo muestran una mayor resistencia o rechazo a las publicaciones xenófobas; pues, por su formación y nivel académico, se suponía (erróneamente), que no caerían en la apropiación de los discursos xenófobos.

Se supone que, entre más tiempo en la academia, o una mayor preparación profesional, las personas deben desarrollar una visión mayoritariamente crítica frente a lo que los rodea, situación que no se evidencio en los resultados. Este panorama plantea la desalentadora incógnita o interrogante de que si, quienes, se espera, no deben caer en este tipo de publicaciones, lo hacen, qué nivel de impacto o repercusiones pueden tener las redes sociales y sus contenidos en las personas que no han tenido la posibilidad de estar en espacios académicos importantes o aquellas que han logrado formarse como profesionales.

#### **10.3.1. Credibilidad y 'Resonancia'**

Como ya se había presupuestado y, de cierta manera, estimado en el marco teórico. Las personas le dan una gran credibilidad a los contenidos de redes sociales, prácticamente, creen que todo lo que ven en ellas es totalmente cierto y verídico.

Incluso, cuando se denuncia a una persona o se le 'imputa' un delito de forma virtual, la personas no se toman la molestia de verificar si la información es cierta, en muchos casos la apropian o, lo que es peor, la comparten como si estuviesen seguros de que lo que dicen es cierto.

De hecho, un punto de conversación importante abordado en el grupo focal con respecto a este tema, parte no solo de la credibilidad como tal en la plataforma, si no, en aquellas personas o cuentas que, por su posición o estatus en la sociedad, generan una extrema confianza en las personas y, a la par, esto deriva en que se empiece a pensar que si la información que recibimos parte de ellas es 100% real y verídica; en otras palabras, dependiendo de quién cuente la información las personas van a ser más o menos rigurosas en materia de apropiarse de ella o contrastarla.

De igual forma, es importante recalcar que no todas las cuentas tienen que ser necesariamente 'falsas' o erróneas en materia de la información que brindan al público, de hecho, hay varios ejemplos de colectivos que hacen un ejercicio periodístico e informativo muy pulcro en las redes sociales, no obstante, en las plataformas digitales existen varias personalidades que son meramente 'Opinadores/as' y no fundamentan aquello que opinan en información real o comprobable lo que vuelve 'peligrosas' a sus opiniones si se tiene en cuenta que se convierten en prácticamente una ley para algunos de sus seguidores que creen todo lo que dicen.

Como se expuso previamente en la parte de resultados, el análisis que se puede hacer alrededor de este enfoque es bastante grande. Puede partir, inclusive, de cuestiones tan generales como el contexto social y las dinámicas actuales que se

dan en el mundo; la inmediatez, el pensamiento crítico y la velocidad con la que las personas quieren hacerse con la información; se convierten en factores determinantes a la hora de definir el impacto que llegan a tener las redes sociales en toda una percepción social referente a una comunidad.

Por otra parte, también en torno a lo expuesto por los estudiantes nacionales y migrantes en el grupo focal, las redes sociales puede que no funcionen únicamente como un actor que 'crea o genera' percepciones xenófobas en aquellos que tienen contacto con contenido de este tipo en dichas plataformas; si no; como espacios en los que se 'reviven' y hacen resonancia pensamientos y percepciones ya pre establecidas o adoptadas previamente que reaccionan al encontrarse con publicaciones que denuncian y exponen actos o hechos que van en concordancia con lo que precisamente tiene en su subconsciente el sujeto referente a los prejuicios sobre la comunidad venezolana.

## **11. Referencias bibliográficas:**

*ACNUR (2018), Guía sobre Racismo y Xenofobia: Cómo ACNUR puede abordar y responder ante situaciones de racismo y xenofobia que afectan a personas bajo su mandato.* ACNUR México; ACNUR México -. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de <https://www.acnur.org/mx/media/guia-sobre-racismo-y-xenofobia-como-acnur-puede-abordar-y-responder-ante-situaciones-de>

Almeida Daza, S. (2020). *Legitimar la xenofobia a través de la prensa : un análisis al cubrimiento periodístico de la migración venezolana realizado por El Tiempo y La Opinión en el año 2018.* Pontificia Universidad Javeriana.

Arroyo-Concalves, C. M., Phillips Perdriel, L. A., Camacho Peredo, L. N., Vargas Vázquez, S., & Quisbert Pinedo, L. (2023). EL DISCURSO DE ODIO EN BOLIVIA: APROXIMACIONES METODOLÓGICAS PARA SU ESTUDIO EN REDES SOCIALES DIGITALES. *Punto cero*, 28(46), 65–75.  
<https://doi.org/10.35319/puntocero.202346193>

Bermúdez Patiño, J. C., Gutiérrez García, S., Rodríguez de Castro, D., & González Sema, L. M. (2019). *Narrativas y discursos que posibilitan escenarios de inclusión exclusión de población venezolana*. Pontificia Universidad Javeriana

Bustos Martínez, L. et al. (2019). “Discursos de odio: una epidemia que se propaga en la red. Estado de la cuestión sobre el racismo y la xenofobia en las redes sociales”, en *Mediaciones Sociales* 19, 25-42. [4564456551208-libre.pdf](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/4564456551208-libre.pdf) (d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net)

Cea D'Ancona, Ángeles. (2015). La exteriorización  
de la xenofobia. *Reis*, 112(1), 197–230.  
<https://www.ingentaconnect.com/content/cis/reis/2005/00000112/00000001/art00>

Calvo Buezas, T. (2011): “La masacre racista en Noruega y la difusión del odio racial en Internet”, Almenara, Revista Extremeña de Ciencias Sociales, nº4.

Disponible en:

<https://sites.google.com/site/almenararevistasociologia/home/almenara-no-4---primer-semester-2012/articulos-de-investigacion-almenara-no-4/lamasacreracistaennoruegayladifusiondelodioracialeninternet>. Consultado el 5 de enero de 2018.

Daly, J. (2022, 18 julio). Aumenta la xenofobia contra inmigrantes venezolanos en Colombia, según estudio. *Voz de América*.

<https://www.vozdeamerica.com/a/aumento-xenofobia-inmigrantes-venezolanos-colombia-estudio/6663758.html#:~:text=Hay%20preocupaci%C3%B3n%20en%20Colombia%20porque,haber%20sufrido%20incidentes%20de%20xenofobia.&text=La%20cifra%20de%20discriminaci%C3%B3n%20contra,informe%20realizado%20una%20organizaci%C3%B3n%20independiente>.

*Denuncia la xenofobia en redes*. (2022, mayo 3). SomosPanasColombia; SomosPanas Colombia - ACNUR. <https://somospanascolombia.com/denuncia-la-xenofobia-en-redes/>

*El Gobierno nacional y el Grupo Interagencial sobre Flujos Migratorios Mixtos lanzan el Capítulo Colombia del Plan Regional de Respuesta para Refugiados y Migrantes 2023-2024*. (2023, 13 diciembre). Cancillería.gov.co. Recuperado 5 de enero de 2024, de <https://www.cancilleria.gov.co/newsroom/news/gobierno-nacional-grupo-interagencial-flujos-migratorios-mixtos-lanzan-capitulo>

Espectador, E. (2020, agosto 19). Así se mueve la xenofobia contra los migrantes venezolanos en las redes. *El Espectador*.

<https://www.elespectador.com/mundo/mas-paises/asi-se-mueve-la-xenofobia-contra-los-migrantes-venezolanos-en-las-redes-article/>

Espinel-Rubio, G.A., Mojica-Acevedo, E.C., & Niño-Vega, N.C. (2021). Narrativas sobre mujeres migrantes venezolanas en un diario en línea de la frontera colombiana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (1), 95-109.

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.71471>

Fernandez, Ana. (2014). *XENOFOBIA Y RACISMO EN EUROPA: UN ANÁLISIS DE LAS ACTITUDES HACIA LA INMIGRACIÓN*. Ugr.es. Recuperado el 30 de septiembre de 2023, de

<https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/34304/TFM%20ANA%20BELEN%20FERNANDEZ%20GARCIA.pdf?sequence=1>

Fuentes-Lara, C., y Arcila-Calderón, C. (2023). El discurso de odio islamóforo en las redes sociales. Un análisis de las actitudes ante la islamofobia en Twitter.

*Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 225-240. <https://www.doi.org/10.14198/>

Gergen, K.J. (1985a). The Social Constructionist Movement in Modern Psychology. *American Psychologist*, 3, 266-275.

Gergen, K.J. (1985b). *The social construction of the person*. New York: Springer-Verlag.

IGM Putra y D. Nurjanah, "Detección de discurso de odio en Instagram en idioma indonesio", *Conferencia internacional de 2020 sobre sistemas de información y ciencias informáticas avanzadas (ICACSI/S)*, Depok, Indonesia, 2020, págs. 413-420, doi: 10.1109/ICACSI/S51025.2020.9263084

Jahan, M. S., & Oussalah, M. (2023). A systematic review of hate speech automatic detection using natural language processing. *Neurocomputing*, 546(126232), 126232. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2023.126232>

Karabaum, G. (2018, 28 noviembre). Vista de Narrativas social media y el prosumidor mediático. Universidad San Martín de Porres. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Instituto de Investigación.  
<http://ojs.correspondenciasyanalisis.com/index.php/Journalcya/article/view/303/278>

María Elena Pérez. (2018). La Universidad como espacio de transformación social: Discusiones y desafíos para un nuevo currículo. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*,  
file:///D:/OneDrive%20-%20Comunicacion%20Celular%20S.A.-%20Comcel%20S.A/Downloads/Dialnet-LaUniversidadComoEspacioDeTransformacionSocial-7058281.pdf.  
<https://Dialnet-LaUniversidadComoEspacioDeTransformacionSocial-7058281.pdf>

McCombs, M., y Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36, 2, (Summer, 1972), 176-187.

Mosquera, E. (2023, 2 septiembre). La población venezolana en Colombia superó el número de habitantes en Medellín. *Caracol Radio*.  
<https://caracol.com.co/2023/09/02/la-poblacion-venezolana-en-colombia-supero-el-numero-de-habitantes-en-medellin/>

Mundo, R. (2021, 22 mayo). Así se mueve la xenofobia contra los migrantes venezolanos en las redes. *ELESPECTADOR.COM*.

<https://www.elespectador.com/mundo/mas-paises/asi-se-mueve-la-xenofobia-contra-los-migrantes-venezolanos-en-las-redes-article/>

La influencia social de la televisión: Niveles de influencia. (1981). *Dialnet*.

Recuperado 26 de agosto de 2023,

de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/273123.pdf>

*Los migrantes venezolanos brindan oportunidades económicas a América Latina*. (2022, 6 diciembre). IMF.

[https://www.imf.org/es/News/Articles/2022/12/06/cf-venezuelas-migrants-bring-economic-opportunity-to-latin-](https://www.imf.org/es/News/Articles/2022/12/06/cf-venezuelas-migrants-bring-economic-opportunity-to-latin-america#:~:text=Seg%C3%BAn%20nuestros%20c%C3%A1lculos%2C%20el%20n%C3%BAmero,intensificaci%C3%B3n%20de%20la%20crisis%20econ%C3%B3mica.)

[america#:~:text=Seg%C3%BAn%20nuestros%20c%C3%A1lculos%2C%20el%20n%C3%BAmero,intensificaci%C3%B3n%20de%20la%20crisis%20econ%C3%B3mica.](https://www.imf.org/es/News/Articles/2022/12/06/cf-venezuelas-migrants-bring-economic-opportunity-to-latin-america#:~:text=Seg%C3%BAn%20nuestros%20c%C3%A1lculos%2C%20el%20n%C3%BAmero,intensificaci%C3%B3n%20de%20la%20crisis%20econ%C3%B3mica.)

*ONU honra a las víctimas del genocidio contra los tutsis llamando a rechazar la intolerancia*. (2019, abril 12). Noticias ONU.

<https://news.un.org/es/story/2019/04/1454341>

Perera, S., Meedin, N., Caldera, M., Perera, I., Ahangama, S. (2023). A comparative study of the characteristics of hate speech propagators and their behaviours over Twitter social media platform. *Heliyon*, 9(8), e19097.

<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19097>

Pedraza Méndez, Eblin Vanessa. 2023. Análisis de las narrativas xenofóbicas en el contexto educativo en el marco de la implementación del Estatuto Temporal

de Protección a venezolanos (ETPV). Tesina de especialización, Flacso Ecuador.

Rae. (2001). *Xenofobia* | *Diccionario de la Lengua Española* (2001). «Diccionario esencial de la lengua española». <https://www.rae.es/drae2001/xenofobia>

Ramos, M., & Camila, M. (2022). *Un gobierno para los blancos: cómo Donald Trump ayudó a las franjas de la derecha a convertirse en una fracción de la política convencional*. Pontificia Universidad Javeriana.

TiendaNube. (2023, junio 30). *Redes sociales más usadas 2023: aprovechalas en tu tienda*. Blog de Ecommerce y Marketing Digital. <https://www.tiendanube.com/co/blog/redes-sociales-mas-usadas/>

Universidad del Rosario; El Tiempo. (2023, septiembre 2). *El 39 % de los migrantes venezolanos de todo el mundo están viviendo en Colombia*. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/migrantes-venezolanos-el-39-de-3SS2todo-el-mundo-estan-viviendo-en-colombia-80219>

Vylward, R. H. J. (2019, 20 diciembre). *Medios de comunicación y sociología, caso: Xenofobia a la inmigración venezolana en el distrito de Yanacancha, Pasco – 2019*. <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/2190>

Vega Macías, D. (2021). La pandemia del COVID-19 en el discurso antimigratorio y xenófobo en Europa y Estados Unidos. *Estudios fronterizos*, 22. <https://doi.org/10.21670/ref.2103066>

*Violaciones a derechos humanos de personas migrantes mexicanas detenidas en los Estados Unidos.* (s/f). Corteidh.or.cr. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de <https://corteidh.or.cr/tablas/29958.pdf>

X (Twitter): *usuarios mensuales mundiales 2021-2024* | Statista. (2023, 18 noviembre). Statista. <https://es.statista.com/estadisticas/636174/numero-de-usuarios-mensuales-activos-de-twitter-en-el-mundo/>

Zhu, J., y Blood, D., (1996). Media Agenda-Setting Theory Review of a 25 Year Research Tradition. *Perspectives*, 8, (Spring, 1996), 97-149. Obtenido desde: <http://sunzi1.lib.hku.hk/hkjo/article.jsp?book=10&issue=100013>

## 12. Anexos

- [Redes sociales Un escenario propicio para la propagación de la xenofobia](#)
- [https://ev.turnitin.com/app/carta/en\\_us/?ro=103&u=1110795132&student\\_user=1&o=2497350959&lang=en\\_us](https://ev.turnitin.com/app/carta/en_us/?ro=103&u=1110795132&student_user=1&o=2497350959&lang=en_us)
- [file:///D:/OneDrive%20-%20Comunicacion%20Celular%20S.A.-%20Comciel%20S.A/Downloads/Tesis%20Santiago%20D%C3%ADaz%20\(1\).pdf](file:///D:/OneDrive%20-%20Comunicacion%20Celular%20S.A.-%20Comciel%20S.A/Downloads/Tesis%20Santiago%20D%C3%ADaz%20(1).pdf)

Tesis Santiago Díaz (1)

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[hdl.handle.net](https://hdl.handle.net)

Internet Source

2%

2

[repository.javeriana.edu.co](https://repository.javeriana.edu.co)

Internet Source

1%

3

[revistas.ucm.es](https://revistas.ucm.es)

Internet Source

1%

4

[repositorio.flacsoandes.edu.ec](https://repositorio.flacsoandes.edu.ec)

Internet Source

1%