

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.82816> EDICIONES
COMPLUTENSE

La gestión de la amenaza a la identidad social en el *hashtag* de Twitter #CaravanaMigrante: un estudio de caso sobre la narrativa en México¹

Ernesto Navarro López² y Manuel Alejandro Guerrero Martínez³

Recibido: 30 de junio de 2022 / Aceptado: 27 de octubre de 2022

Resumen. El presente artículo aborda el proceso de conformación de la identidad social de los usuarios que participaron en el *hashtag* #CaravanaMigrante en México en el año 2018. Este hecho fue ampliamente cubierto por los medios nacionales e internacionales y tuvo una acalorada repercusión en la opinión pública en redes sociales digitales. La recolección de unidades de análisis en Twitter se desarrolló a través de un estudio de caso conformado por cuatro episodios con alta presencia mediática en México. El análisis del corpus se realizó a través de la metodología cualitativa conocida como Análisis Temático (Braun y Clarke, 2006; Sanderson, Frederick, y Stocz, 2016), proveniente de la psicología social. Los resultados arrojan una mayor tematización de mensajes encaminados a una identidad social antirracista en tres de los cuatro episodios seleccionados. También, los resultados permiten conocer cuáles fueron las justificaciones de las acciones racistas o xenófobas, así como las valoraciones a las acciones y actitudes del grupo migratorio y ver cómo las y los usuarios gestionaron a través de diversas estrategias la amenaza a su identidad social.

Palabras clave: Caravana Migrante; Identidad Social; Migración; Espacio Público Digital; Twitter

[en] The Management of the Perceived Threat to Social Identity in the Hashtag #CaravanaMigrante: a Case Study of the Narrative in Mexico

Abstract. This article addresses the process of shaping social identity in the hashtag #CaravanaMigrante in Mexico in 2018. This fact was widely covered by the national and international media, in addition to having a heated repercussion on public opinion through the hybrid media system. The collection of analysis units on Twitter was developed through four episodes selected for their media relevance in Mexico. The analysis of the corpus was carried out through the qualitative methodology known as Thematic Analysis (Braun and Clarke, 2006; Sanderson, Frederick, and Stocz, 2016), from social psychology. The results show a greater thematization of messages aimed at an anti-racist social identity in three of the four selected episodes. The results also reveal the justifications for racist or xenophobic actions, as well as assessments of the actions and attitudes of the migrant group and see how users managed through various strategies the threat to their social identity.

Keywords: Migrant Caravan; Social Identity; Migration; Digital Public Space; Twitter

Sumario: 1. introducción. 2. Estado del arte. 3. Marco Teórico 3.1. Complejidad de la identidad social y aceptación de la diversidad, 3.2. Identidad social en redes sociales digitales y gestión de la amenaza a la identidad social. 4. Metodología y diseño de la investigación. 5. Resultados. 6. Discusión. 7. Conclusiones.

Cómo citar: Navarro-López, E., & Guerrero-Martínez, M. A. (2023). La gestión de la amenaza a la identidad social en el *hashtag* de Twitter #CaravanaMigrante: un estudio de caso sobre la narrativa en México. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29 (1), 177-193. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.82816>

1. Introducción

Entre el 18 y 19 de octubre del año 2018, alrededor de 9 mil personas, según datos del Instituto Nacional de Migración (Jiménez y Canchola, 2018) provenientes principalmente de países del Triángulo Norte de Centroamérica (TNCA),

arribaron a la frontera entre México y Guatemala luego de haberse organizado para desplazarse en grupo por México rumbo a la frontera con Estados Unidos como estrategia de protección y reclamo político ante la inseguridad que viven las personas migrantes en México (Huerta & McLean, 2019).

¹ Este artículo es producto de una tesis de posgrado en la Maestría en Comunicación en la Universidad Iberoamericana. La tutoría estuvo a cargo del Dr. Manuel Alejandro Guerrero, así como de los Doctores Ulises Cruz Valencia y Jerónimo Repoll. Este posgrado fue realizado con apoyo de una beca del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT).

² Universidad Iberoamericana (México)
E-mail: netowenudg@gmail.com

³ Universidad Iberoamericana (México)
E-mail: alejandro.guerrero@ibero.mx

Los flujos migratorios ⁴—como lo es en el caso las naciones del Triángulo Norte de Centroamérica—, entre otros a nivel global, han aumentado debido a un deterioro de las condiciones económicas, el incremento de la inseguridad, la inestabilidad política, incluso el cambio climático, provocando corredores masivos de migración internacional que impacta directamente en las percepciones y las regulaciones del fenómeno en cuestión (Khiabany, 2016; Nguyen, 2016). En naciones de Norteamérica y América Central, estos flujos migratorios han sido llamados de diversas maneras: Caravanas Migrantes, Éxodos Migrantes, o Viacrucis Migrantes. El término o mote de caravana fue colocado, principalmente, por los medios de comunicación en México (Torre & Mariscal, 2020).

Estos flujos migratorios han producido una serie de crisis ⁵ en el sistema político (Sassen, 2005; 2013), ocasionando que los medios de comunicación otorguen una intensa cobertura al tema. La mediatización de la llamada caravana migrante acentuó la polarización política del público en torno a la inmigración: por un lado, se generó una ola de solidaridad de parte de las comunidades migrantes y defensores de derechos humanos, y por el otro, se generaron líneas discursivas que propagaron el miedo y reacciones extremas de xenofobia (Paris, 2018). Los encuadres mediáticos de los flujos migratorios suelen orientarse de manera episódica con una mayor atención hacia las zonas fronterizas o de aglomeración de las personas migrantes, lo cual suele concitar el interés informativo (Del Ramo & Humanes, 2016).

Algunos de los episodios más presentes en la agenda de los medios fue la llegada y el cruce de la caravana migrante, en donde se desataron enfrentamientos con las fuerzas del orden e integrantes de la caravana. Otro aspecto que se retrató constantemente en los medios fue la ayuda humanitaria que las personas de México ofrecían a los migrantes, así como los programas que el Gobierno lanzó ⁶ en apoyo a los migrantes. También, estuvo presente en la cobertura mediática las agresiones verbales ⁷ y físicas que un grupo de personas abiertamente antinmigrantes lanzaron contra los migrantes en su llegada a la ciudad fronteriza de Tijuana. Otro aspecto que cobró relevancia en los medios fueron las declaraciones del al-

calde de Tijuana ⁸ que calificaba a los migrantes como delincuentes y consumidores de drogas. Para una profundización del este contexto, revisar notas al pie.

Otro factor importante en la relevancia mediática de este hecho fueron las reacciones en Twitter del entonces presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, las cuales estuvieron cargadas de xenofobia y racismo. Todo esto en un contexto previo a celebrarse elecciones en este país. Debido a la estrecha relación entre los sistemas mediáticos y políticos (Hallin & Mancini, 2004) de México y Estados Unidos, la prensa impulsó el tema en las agendas mediáticas, sociales y políticas en ambos países (Torres-Juárez, 2020). Esta cobertura mediática fue en su mayoría el primer conductor de información para que la sociedad de acogida se enterara del tema. Según Dávila Chilpi (2021), en un primer momento, la opinión pública sobre la caravana en México fue mayormente positiva, pero conforme se adentró en el territorio nacional, dio un giro hasta convertirse en negativa.

Los ataques de Donald Trump a la caravana a través de Twitter ocurrieron en un contexto desde la precampaña electoral del ex presidente de los Estados Unidos. Como señalan Knoll, Redlawsk y Sanborn (2011), un estudio realizado en los Estados Unidos arrojó que las personas afines al partido republicano suelen preocuparse más por la inmigración, y que una distinción de corte étnico en los discursos político-electorales fue importante para las reacciones de la base electoral republicana. Estos hallazgos son relevantes en el contexto de Estados Unidos, en donde ha surgido un movimiento antiinmigrante que considera a la inmigración irregular como una amenaza para la economía, el Estado de bienestar, la seguridad nacional y la identidad estadounidense (Durand, 2017).

1.1. La circulación y consumo de información en redes sociales digitales

La producción mediática y el consumo cultural alimentan las nociones de lo que es importante para las sociedades, pero también abona a éstas comprendan mejor el mundo que las rodea. El imaginario colectivo que generaron los medios de comunicación en México respecto a la llamada caravana migrante pudo haber propiciado una determinada representación del grupo migratorio. Esta representación circuló tanto en medios como en las redes sociales a través de lo que Weber (1973) llamó *afinidades electivas*, ⁹ que operan a través del consumo cultural. Este concepto plantea la existencia de una relación entre el consumo de productos culturales como proceso de cohesión social. Está enmarcado en la manera en la que los individuos generan la interpretación del mundo y la asimilación de las esferas culturales (Sarmiento,

⁴ La expresión flujo migratorio alude a la circulación de personas en movilidad, existiendo distintos tipos con relación a las distintas realidades migratorias (flujos de emigración, inmigración, tránsito, retorno, forzado). Concretamente la noción se refiere a la “cantidad de migrantes en proceso de movimiento migratorio o que están autorizados a moverse de un país a otro por motivos de trabajo o para establecerse durante un periodo de tiempo definido” (OIM, 2005, p.458, en Glosario de Economía y Finanzas de Ecuador).

⁵ De acuerdo con Sassen (2005, p.2), las crisis “son situaciones con un punto de inflexión de desenlace impredecible, que resurgen de un problema o conflicto insostenible y se relacionan con traumas personales o emergencias políticas”.

⁶ México ofrece trabajo y atención médica a la caravana migrante para frenar su paso a EE UU: <https://bit.ly/2JnEy4w>

⁷ La xenofobia sale a las calles de Tijuana <https://bit.ly/2OQIpYB>

⁸ El alcalde de Tijuana arremete contra la caravana de emigrantes: <https://bit.ly/3QXihx9>

⁹ Max Weber (1973) desarrolló el concepto de “afinidades electivas”, tomado la idea de Gothen J. W, mediante el cual, establece una relación entre los productos culturales como proceso de cohesión social enmarcada en el consumo de productos culturales.

2014). Por lo tanto, responde al vínculo que se produce entre dos dinámicas diferentes de la acción social, y que se da “no por referencia a alguna regla fija de causalidad independiente de las interpretaciones de los individuos, sino por referencia a la atribución que los actores hacen de su afinidad” (Güell, Peters & Morales, 2012, p.37).

Existe una estrecha relación entre el consumo cultural a través de los medios de comunicación y la circulación de contenidos en Twitter. Las plataformas de redes sociales como Facebook y Twitter ofrecen a las personas la posibilidad de difundir opiniones políticas (Ragas & Kioussis, 2008; Small, 2011) e introducir perspectivas divergentes sobre noticias y problemas sociales (Maireder & Ausserhofer, 2014). A pesar de no representar a un gran número de la población, Twitter sigue siendo una red social para el consumo y circulación de noticias y su debate en el espacio público. Es importante hacer referencia a esto, sobre todo tomando en cuenta que aún existen brechas de acceso a internet y alfabetización mediática informativa (Aguaded & Romero, 2015).

Según Van Dijck (2019, p.74), “Twitter se presenta como una caja de resonancia de conversaciones aleatorias, un soporte online para opiniones de masas en el que, ante la mirada del público, se forman emociones colectivas y nacen y mueren tendencias”. La estructuración de los debates en Twitter tiene relevancia para la agenda social, mediática y política de las sociedades por su capacidad de organizar tweets en torno a temas, particulares, proporcionando una forma de examinar los aspectos políticos de las conversaciones (Small, 2011).

Los usuarios se afilian a la participación de un *hashtag* o etiqueta debido a sus valores relacionados como el tema en sí, y “estos valores pueden ser afectivos, ideológicos o estéticos; pueden ser inscritos o invocados; y pueden ser negociados en interacción con otros usuarios” (Konnolly 2015, p.13). El tipo de actitud, la polaridad, el nivel en el que un mensaje es explícito y el *engagement* o atracción, están codificados en tweets integrando en los *hashtags*. Sin embargo, los *hashtags* no pueden soportar cualquiera de estos significados independientemente, sino que son los mismos tweets de los usuarios los que otorgan y restringen el significado de la etiqueta (Konnolly, 2015). La discusión de los procesos de migración a nivel global guarda relevancia en el campo de la comunicación puesto que puede revelar diversos aspectos de la percepción de las sociedades de acogida. Por ejemplo, se puede socavar el apoyo del público, dirigir la opinión pública e influir en las reacciones de audiencias y usuarios (Lee & Nerghes, 2018). El uso de etiquetas para enmarcar acontecimientos sobre movilidad humana en las redes sociales digitales puede tener implicaciones para la vida y la seguridad de las personas refugiadas y migrantes (Lee & Nerghes, 2018).

Las etiquetas o *hashtags* funcionan como espacios para la construcción de encuadres mediáticos capaces de definir un problema, identificar causas,

hacer juicios morales y dar forma a las soluciones propuestas (O’Neill *et al.*, 2015). Etiquetas como “refugiado” o “migrante” suelen ser términos empleados dicotómicamente, y esto es importante para el desarrollo de las narrativas sobre movilidad humana, ya que son instrumentos de categorización social (Lee & Nerghes, 2018) que contienen aspectos que pueden ser importantes para la manera de entender desde varias aristas el proceso migratorio. Sobre todo, porque son procesos sociales que impactan en diversas esferas de la vida pública, cultural, económica y social. Por ello, la discusión de las migraciones en redes es relevante, ya que “los medios sociales constituyen una arena de comunicación pública en la que se establecen normas y se discuten reglas” (Van Dijck, J, 2019, p. 23). Los discursos en torno a la inmigración siguen una línea de argumentación que consiste en compartir y recircular contenidos referentes eventos específicos (Kreis, 2017).

Este artículo trata de ampliar el concepto de gestión de la amenaza a la identidad social de los usuarios de Twitter en México durante la discusión de la llamada Caravana Migrante del 2018, siendo este uno de los primeros casos de inmigración masiva en México y de mayores dimensiones mediáticas en las últimas dos décadas en México y Centroamérica. Si bien se sabe que los flujos migratorios en esta región del subcontinente americano son procesos constantes y de larga historia (Durand, 1986) y el contexto actual muestra que podría seguir ocurriendo.

2. Estado de la cuestión: Identidad social en redes sociales digitales

La investigación en comunicación ha enfatizado durante mucho tiempo cómo la recepción de eventos políticos y sociales depende de las conversaciones sobre noticias en el contexto social inmediato de las personas (Maireder & Ausserhofer, 2014), ya que les ayuda a dar sentido a lo que sucede en el mundo conectando las noticias con experiencias personales e incrustándolas en estructuras de relevancia social. Por ejemplo, Farrell (2012) señala que las oportunidades y los desafíos de Internet para que los ciudadanos accedan a los discursos políticos y participen en ellos son hilos de discusión importantes dentro del debate académico sobre la naturaleza de la democracia contemporánea.

Son pocos los artículos especializados que vinculan la identidad y las redes sociales digitales, pero se considera pertinente traer este enfoque para vincularlos a nuestro objeto de estudio dada la solidez teórica y metodológica que se utiliza en los primeros trabajos aquí reportados. Por ejemplo, Sanderson (2013) señala que los usuarios pueden responder a las amenazas a sus identidades sociales en las redes sociodigitales de diferentes maneras: (a) reagrupamiento, (b) estigmatización, (c) victimización, (d) intimidación, y (e) degradación. Para los fines de este artículo, el

concepto de amenaza a la identidad es de importancia y es desarrollado en el apartado teórico.

También, Sanderson, Frederick y Stocz (2016) desarrollan este concepto para encontrar que las plataformas de redes sociales digitales proporcionan un espacio donde los integrantes de un grupo social pueden debatir, competir, reforzar y desafiar las normas y valores internos del grupo. Pueden también promover la organización para el activismo o la protesta. Por lo tanto, estas plataformas no sólo son espacios donde los miembros de un grupo social abordan amenazas de identidad social, sino que también promueven medidas y críticas para mejorar la imagen externa del grupo (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016).

La estructura de las plataformas de comunicación social tiene la capacidad de mostrar la estructura social de la era actual (Gündüz, 2017, p.91). Por lo tanto, las redes sociales digitales se convirtieron en espacios donde los miembros de un grupo debaten sobre la legitimidad de sus identidades o los desafíos a los valores del grupo, al tiempo que se promueven medidas de acción que puedan mitigar las amenazas a la identidad social (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016), evaluando constantemente las acciones de los otros grupos.

Estas interacciones abren “las posibilidades de los individuos y grupos para expresar y afirmar la diferencia de sus identidades particulares en el marco de productos culturales” (Güell, Peters & Morales, 2012, 22). El consumo, circulación y producción de información en las plataformas digitales puede impactar en el nivel de agencia que estas pueden llegar a tener en la construcción de la identidad en línea (Jäkälä & Berki, 2013) que modifica a su vez la manera en la que las personas construyen su identidad social, ya que los usuarios pueden interactuar con personas pertenecientes a otros grupos o categorías sociales y enfrentarse a otras formas de ver los mismos fenómenos.

Por otra parte, estas plataformas digitales también pueden servir para que los grupos minoritarios sean partícipes de la discusión y con ello buscar mitigar las acciones de los grupos dominantes a través de diversas estrategias de movilidad identitaria. Los grupos minoritarios o desfavorecidos suelen ser objeto de burlas raciales y amenazas como estrategia de degradación, lo cual los lleva también a ser reacios a participar de los debates en el entorno digital (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016, p.316).

Las comunidades en línea no tienen fronteras físicas, pero la vida social dentro de estas comunidades tiene límites de expresión, así como normas y reglas para el comportamiento en línea y, a veces, también fuera del entorno digital (Jäkälä & Berki, 2013). Tanto las estructuras organizativas como los usuarios buscan personas que tengan emociones, pensamientos y opiniones comunes consigo, lo cual se convierte en un poder activo al constituir una comunidad con usuarios afines (Gündüz, 2017, p.91). Las redes sociales representan un lugar de reunión en el que los usuarios pueden poseer y controlar las respuestas a

las amenazas de identidad social (Sanderson, 2013). En esta misma línea Phua (2010) encontró que el uso de las redes sociales digitales tuvo un efecto positivo significativo en la autoestima colectiva y la identificación de comunidades en línea. La crítica interna y/o externa a los valores de los grupos en los espacios digitales sirve para ampliar el acceso a las conversaciones con carga crítica, lo cual brinda una mayor oportunidad para debatir las normas y los valores del grupo (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016). Una vez que los valores son validados por los integrantes de un grupo social, recurren a las redes para mitigar el estigma percibido a su grupo social atribuyendo la culpa a diversas organizaciones (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016).

Otras investigaciones útiles para la construcción del objeto de estudio vienen desde la comunicación política y los estudios de medios. Si bien existe una amplia producción sobre el tema, se reportan sólo algunas investigaciones referentes a la participación en redes digitales en temas políticos y de migración. Enfocado en el estudio sobre procesos de migración, Siapera, Boudourides, Lenis y Suiter (2018) buscaron averiguar quiénes fueron los usuarios más relevantes en la conversación de Twitter sobre la llamada crisis de refugiados en Europa en 2015 y 2016. Sus hallazgos apuntan a que, si bien la historia emergente en redes es más matizada, plural y complicada por el amplio número de actores sociales que fueron importantes para el desarrollo de la narrativa, los marcos mediáticos que narraban los hechos no fueron muy diferentes entre la narrativa de los medios y la de las redes sociales.

En concreto sobre el fenómeno de las caravanas migrantes Contreras, Jáquez y Rodríguez (2019) señalan que en el discurso en la prensa y en las audiencias, “los actos asertivos se utilizaron para describir cada situación como verdadera, aunque no existieran evidencias para verificarla, mientras que los actos expresivos definieron el sentimiento o emoción que la situación provocaba, especialmente, incertidumbre o miedo” (2019, p.99). La conversación en Twitter sobre la caravana migrante reflejaba un discurso neutral en un 85.35 por ciento, un 5.50 por ciento fueron positivos y el 8.64 por ciento fueron negativos (Toudert, 202, p.11). Este estudio apunta a la hipótesis de que pudo haber existido “una hipersensibilidad a la narrativa negativa, aun siendo marginal, y por otro, se puede pensar en una importante capacidad de impacto del discurso negativo dentro y fuera de las redes sociales”. En el caso del discurso de odio hacia migrantes y refugiados en España, Valdez, Arcila-Calderón y Amores (2019, p.378-379) identificaron que en los marcos de Twitter “predomina la opinión sobre la información, en donde son más frecuentes los mensajes sobre migrantes que sobre refugiados, y que el sentimiento que prevalece es el negativo”.

Las redes sociales por un lado tienen el poder de instalar en las agendas sociales, mediáticas y políticas diferentes perspectivas de los procesos de movilidad humana (Navarro-López, 2021), pero la también

pueden otorgar espacios para la reproducción de la xenofobia y discursos de odio que solo socaban los procesos de integración social de las personas migrantes. Por ello que abordar las discusiones sobre procesos de migración en redes sociales desde la perspectiva teórica de la identidad social resulta útil para los retos futuros de los procesos migratorios a nivel global, ya que puede alumbrar de mejor manera los elementos identitarios que pueden ser relevantes para sociedades de acogida, así como para las personas migrantes.

3. Marco teórico: La teoría de la identidad social

Los postulados de la teoría de la identidad social ayudan a abordar los procesos de interacción entre los grupos sociales (Tajfel & Turner, 1979) y los conflictos intergrupales en su interacción. Se sostuvo en sus inicios por los procesos de categorización, comparación y la identificación (I Llobart & Serrano, 2004). Estos tres procesos actúan en conjunto para hacer referencia a la manera como percibimos a las otras personas y a nosotros mismos y con ello dar espacio para la diferenciación social, que es una percepción de la pertenencia de las personas a los grupos (2004, p.117). Las personas utilizamos diversos mecanismos mentales para realizar comparaciones entre nosotros mismos como integrantes de un grupo con otros integrantes que percibimos o reconocemos como pertenecientes a otros grupos sociales. Es un proceso para otorgar o asignar categorías sociales para la organización del mundo en el que los individuos nos desenvolvemos (Tajfel & Turner, 1979), y con ello llegar al proceso del autoconcepto, que define la posición del individuo en el ámbito social, es decir, del *self* a la concientización de la pertenencia a un grupo (Hogg & Abrams, 1988). La identidad constituye la parte del autoconcepto que está ligada al conocimiento que tenemos de pertenecer a ciertos grupos sociales y a la significación emocional y evaluativa resultante (Tajfel, 1972).

El proceso de la conformación de las identidades sociales es continuo y está en constante negociación por medio de la interacción social. Está siempre en movimiento y puede modificarse a partir de que las y los individuos interactúan con personas de otras categorías sociales o amplíen su horizonte de experiencias e intercambios grupales. También, tiene niveles de permanencia que se sostienen en el tiempo, lo cual otorga un peso especial a la dimensión histórica en la conformación de las identidades sociales. Los individuos reconocen sus elementos identitarios porque circulan y se reproducen en una práctica de la cultura y la comunicación.

Este enfoque teórico ha ayudado a “comprender los prejuicios, la discriminación y el conflicto intergrupales en la sociedad” (Hogg, 2016), mecanismos que se han dado con el tiempo a partir de la diferenciación grupal y el conflicto intergrupales (Ashmore, Jussim & Wilder, 2001) que revela la relevancia de

la identidad social en el contexto de la interacción entre grupos étnicos, religiosos, nacionales, políticos, o culturales. El concepto de conformación de la identidad social está siempre ligado al autoconcepto y a la diferenciación. Es decir, es una evaluación constante de los sujetos respecto a su autoconcepto y al de los sujetos de otros grupos o categorías sociales. Este proceso ayuda a los individuos a organizar su realidad social y a encontrar su papel dentro de un grupo social. También, ayuda a crear los prototipos endogrupales, los cuales “no solo capturan similitudes dentro del grupo, sino que también acentúan las diferencias entre nuestro grupo y un grupo externo específico” (Hogg, 2016 p.9).

Esta teoría también permite comprender la discriminación, el cuestionamiento o evaluación de las acciones de los integrantes de endogrupo o del exogrupo, así las justificaciones de las acciones. Por ejemplo, en este caso, los individuos, al entenderse como sociedad de acogida, pueden ver en las reacciones de sus propios integrantes de grupo una amenaza a su identidad social que socava su estatus o que van en contra de sus códigos sociales. Esto deriva en un proceso de separación o crítica a las acciones y/o justificaciones de los integrantes del endogrupo, creando ahí el proceso de gestión de amenaza a su identidad social.

También, en la identidad social opera constantemente el proceso de la diferenciación y asignación de categorías grupales, ya que los grupos humanos funcionan como categorías que las personas representan como *prototipos*: un conjunto difuso de actitudes, comportamientos, costumbres, vestimenta, etcétera, que capturan las similitudes dentro de los grupos y las diferencias generales entre los grupos (Hogg, 2016). Las creencias subjetivas respecto al grupo al que se pertenece son 1– Estatus: ¿cuál es la posición social de mi grupo en relación con el exogrupo? 2– Estabilidad: ¿qué tan estable es esta relación de estatus? 3– Legitimidad: ¿cuán legítima es esta relación de estatus? 4– Permeabilidad: ¿qué tan fácil es para las personas cambiar su identidad social al “pasar” al grupo externo? 5– Alternativas cognitivas: ¿es concebible una relación intergrupales diferente? Estas creencias subjetivas permiten iluminar las fuertes tensiones entre la posición de los grupos dominadores y los menos favorecidos en cuestiones de autoconcepción identitaria.

Cuando los grupos sociales están en interacción, ya sean conflictos o cooperación, los eventos multitudinarios están regulados por la identidad social representada por los presentes en un determinado episodio o evento de interacción social, ya que las personas se identifican fuertemente con la identidad y se ajustan, a través de la autocategorización a su prototipo matizado situacionalmente (Reicher, 2001). En cuanto a la resolución de problemas sociales, cuando las personas se categorizan a sí mismas como sujetos que comparten una identidad social destacada, sus objetivos se transforman de servirse a sí mismos, a servir al grupo (De Cremer & van Vugt, 1999). Esto puede generar confianza basada en el cono-

cimiento mutuo de la pertenencia a un grupo compartido (Foddy, Platow & Yamagishi, 2009; Van Vugt & Hart, 2004) y las personas cooperan entre sí, ya que cuentan con un cúmulo mayor de elementos que los llevan a desempeñar un papel que beneficie al grupo por encima de a sí mismo.

3.1. Complejidad de la identidad social

Con el paso del tiempo, el campo en la investigación sobre la identidad social ha puesto énfasis en el cambio que se da en sus dimensiones y sus complejas maneras de conformarse debido a la interculturalidad fruto de un mundo hiperconectado. Sin dejar dimensiones sociales o históricas de lado, esta interacción en internet puede dotar a los individuos de una serie de herramientas más complejas para comprender el mundo que les rodea y su papel en éste. La idea general es que los individuos en sociedades complejas tienen múltiples pertenencias al endogrupo que son, objetivamente, categorías transversales (Brewer, 2010). Sin embargo, “la pertenencia a tales grupos transversales puede no ser suficiente en sí misma para reducir el sesgo del grupo interno y la discriminación entre grupos” (2010, p.12). Otro aspecto para tomar en cuenta para la complejidad de las identidades sociales es la pertenencia a grupos que se superponen parcialmente, reduciendo la importancia evaluativa de las comparaciones intergrupales para uno mismo (Brown y Turner, 1979), lo que socava la base motivacional para la discriminación intergrupala (Vanbeselaere, 1991).

El concepto de la complejidad de la identidad social desarrolla la idea de que no sólo importa con cuántos grupos sociales se identifica un individuo, sino que resalta la importancia en identificar cómo se combinan subjetivamente esas diferentes identidades para determinar la inclusión general de las pertenencias al grupo interno del individuo (Brewer, 2010). Roccas y Brewer (2002) identificaron tres patrones diferentes que capturan las formas en que dos o más miembros de grupos transversales pueden combinarse subjetivamente para definir el endogrupo resultante. La primera es la *intersección* de múltiples pertenencias grupales. Una forma en que un individuo puede lograr el reconocimiento simultáneo de más de una identidad social y, sin embargo, mantener una sola representación de grupo interno para definir el grupo como la *intersección* de múltiples pertenencias grupales (2002).

Un segundo patrón para hacer frente a la pertenencia a múltiples grupos es el *dominio*. El individuo adopta una identificación de grupo principal a la que se subordinan todas las demás identidades de grupo potenciales (Brewer, 2010, p.15). En este modelo, el endogrupo se define como aquellas personas que comparten la membresía en esta categoría de endogrupo principal. Pero las identidades sociales alternativas están *incrustadas* dentro de la identificación grupal primaria (Brewer, 2010). La *fusión* de las identidades es un patrón para la representación de múltiples identidades de grupos sociales. En este, la pertenencia a grupos transversales se reconoce y adopta simultáneamente en su forma más inclusiva. De este modo, la identificación del endogrupo se extiende a

otros que comparten *cualquiera* de las otras pertenencias a una categoría social más importante: el endogrupo es la *suma* de las identificaciones grupales combinadas de un individuo.

La interacción social puede permitir a las y los sujetos negociar sus propias identidades a partir del reconocimiento y la relación con otros grupos sociales. La taxonomía se amplió a otros niveles o tipos de identidades (Brewer, 2001; Chen, Boucher & Tapias, 2006) que incorporan, aunque sea parcialmente, diferencias transculturales en los procesos de autoconcepción (Brewer & Chen, 2007). Las *identidades sociales basadas en la persona* reflejan la internalización de las propiedades del grupo al que se pertenece como parte del reconocimiento y el autoconcepto. Según Brewer (2010), las dimensiones sociales significativas pueden mostrar ajustes en la interacción social. Estas pueden identificarse como el género y la orientación sexual, la etapa de la vida, el sector económico en el que se desarrolla, religión, etnicidad, ideología política y preferencias recreativas (Brewer, 2010). La mayoría de las diferencias intragrupalas son transversales en el sentido de que los las y los individuos pueden compartir pertenencia común al endogrupo en una dimensión, pero pertenecer a diferentes categorías en otra dimensión.

3.2. Identidad social en redes sociales digitales y gestión de la amenaza a la identidad social

Los procesos de conformación de las identidades sociales han tomado otra dimensión desde la llegada de las redes sociales digitales. Sirven como foros donde los miembros de un grupo debaten sobre la legitimidad de sus identidades o de los desafíos a los valores del grupo, al tiempo que promueven medidas de acción que puedan mitigar las amenazas a la identidad social. (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016).

Las redes sociales fomentan la formación de identidades colectivas que encienden comportamientos de protesta (Dalton, Sickle & Weldon, 2009) al discutir diversos temas que guardan una relación con su identidad social. El sentido de comunidad “es una de las características sociales importantes que dan forma a las cualidades sociales de los miembros de una comunidad en línea” (Jäkälä & Berki, 2013 pp.2). La generación de comunidades en línea “imponen nuevos desafíos para la ley; la seguridad y la confianza, la identidad y la interacción” (Kollock, 1999, Kimppa, 2007; Berky *et al.*, 2007 en Jäkälä & Berki, 2013 p.2). Son espacios donde pueden impugnar, reforzar y desafiar las normas y valores del grupo. A medida que se llevan a cabo estas conversaciones, acciones como publicar información en determinada dirección “abona a la narrativa y define la posición de las y los usuarios” (Sanderson, Frederick & Stocz, 2016, p. 318).

Las plataformas de redes sociales permiten a las y los usuarios participar en prácticas de nivelación social donde los grupos sociales debaten sobre la fuerza e identificación de sus identidades, pero a menudo “los individuos muestran un comportamiento agresivo al interactuar con individuos de ideas afines, lo que promueve experien-

cias negativas a los participantes” Kassing y Sanderson (2015). Ante cualquier amenaza a su identidad social, las y los usuarios responden con diversas estrategias con el fin de mitigar la amenaza a su identidad. Esto se ha denominado gestión a la amenaza a la identidad social (Frederick & Stocz, 2016).

Por gestión de la amenaza a la identidad social nos referimos al proceso en el que los usuarios manejan o conducen una situación o un problema. Es decir, refiere al nivel de agencia de los usuarios para el ajuste, el reforzamiento o la conformación de los elementos identitarios que operan durante los procesos de interacción social en el espacio digital. Las amenazas varían en gravedad según el grado en que la identidad social se devalúa, estereotipa negativamente o se discrimina (Major & O'Brien, 2005). Por lo tanto, la pertenencia a determinado grupo se convierte en una fuente de autoestima que se eleva al etiquetar negativamente a los individuos de un grupo divergente o externo (Turner, 1975). Las amenazas varían en gravedad según el grado de devaluación, estereotipación negativa o discriminación de la identidad social (Major & O'Brien, 2005). Branscombe *et al.* (1999) clasificaron las amenazas a la identidad social como

- (a) Amenazas a la distinción: cambios de percepción que socavan la capacidad de un grupo, de singularidad o que los posiciona como notablemente similares a los grupos externos.
- (b) Amenazas de valor: mensajes o acciones que socavan el valor de la pertenencia a un grupo y que atacan los valores, normas y prácticas compartidas del grupo. (Para una mejor comprensión de las amenazas, ver Branscombe *et al.*, 1999, p.37).

Tomando en cuenta los conceptos teóricos de la teoría de la identidad social, esta investigación estuvo guiada por las siguientes preguntas de investigación

- P1 – ¿Cómo desarrollaron la gestión de la amenaza a sus identidades sociales los usuarios en el #CaravanaMigrante de Twitter del 2018?
- P2 – ¿Cuáles fueron las principales amenazas de valor y de distinción que operaron en la gestión de la amenaza a sus identidades sociales?
- P3 – ¿Cuáles fueron las principales dimensiones identitarias que surgieron en la narrativa de este hashtag?

4. Metodología y diseño de la investigación

Este artículo desarrolla un estudio de caso intrínseco (Yin, 1989) en el que se establecieron cuatro episodios de la caravana migrante que hayan sido cubiertos por siete medios de carácter nacional en México. La revisión se llevó a cabo en el portal web de cada medio. 1– Sin embargo, 2 – El Universal, 3 – Excélsior, 4 Noticieros Televisa, 5 – Milenio, 6 – Proceso, 7– Animal Político.

Los episodios quedaron definidos de la siguiente manera: (1)– Llegada y cruce de la caravana migrante: 18 de octubre del 2018. (2)– Donald Trump reacciona contra la caravana: 22 de octubre. (3)– Gobierno Federal anuncia programa “Estás en tu casa”, 26 de octubre. (4)– La llegada de la caravana a la ciudad de Tijuana, 16 de noviembre del 2018.

Para la selección de la muestra se tomaron algunos de los criterios de selección provenientes de la metodología *Top Discussion Indicator (TDI)* (Mendizábal, Pont-Sorribes y Codina 2017) con el fin de lograr una recolección más precisa del corpus y disminuir el “ruido” en la conversación. Se tomaron en cuenta tweets con la etiqueta #CaravanaMigrante del día en que haya ocurrido el evento o suceso y dos días después. Se acotó a la geolocalización en México y en idioma español. La descarga se hizo a través del software Python.

El corpus de análisis está compuesto en un primer momento por más de 4 mil 137 tweets. Posteriormente, fueron seleccionados aleatoriamente 822 unidades de análisis provenientes de los cuatro episodios. Los mensajes provenientes de instituciones gubernamentales, ONG's y otros perfiles que no representaran a un usuario “común” fueron eliminados de la muestra, aunque esto no garantiza la verdadera identidad de las personas que emitieron los tweets. También fueron eliminados los tweets que no capturaran ningún tema ligado a alguna de las categorías de análisis dentro de los términos de la identidad social. Al final, el corpus se conformó de la siguiente manera: EP1– 157 tweets, EP2– 111 tweets, EP3– 107, EP4– 125.

Posteriormente, se llevó a cabo la operacionalización de 39 subcategorías aglutinadas en 7 categorías de análisis. La codificación fue a través de la metodología cualitativa conocida como Análisis Temático (Braun & Clarke, 2006, 2009), proveniente de la psicología social. Según Braun y Clarke (2006), el análisis temático puede fungir como un método para identificar, analizar e informar patrones (temas) dentro de los datos. Organiza y describe mínimamente su conjunto de datos con (rico) detalle. A través del análisis temático y su libertad teórica “el análisis temático proporciona un uso flexible y una herramienta de investigación completa que potencialmente puede proporcionar una rica variedad de datos para comprender la complejidad” (2006, p. 78). A grandes rasgos, el análisis temático se define como

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

El establecimiento de las categorías fue de corte deductivo a partir de la conceptualización de la teoría de la identidad social y la gestión de la amenaza a la identidad social. “Esta forma de análisis temático tiende a proporcionar una descripción menos rica de los datos en general y más específica para el análisis detallado de algún aspecto de los datos” (Braun & Clarke, 2006, p. 86). Las

autoras también señalan que el proceso para el establecimiento de las categorías puede ser por datos o por teoría. En este caso, adoptamos un enfoque impulsado por la teoría, aunque durante el análisis se permitió agregar categorías o temas que emergieran a lo largo de la codificación, aunque estas no fueron relevantes en el conjunto de

todo el análisis. Por ejemplo, Tuckett (2005) señala que la elaboración de las categorías desde la literatura puede mejorar la precisión y sensibilidad del análisis. La tabla 3 desarrolla las organiza las categorías y las subcategorías. La codificación de unidades de análisis fue realizada en el software de análisis cualitativo AtlasTi8.

Categorías y subcategorías para el análisis temático. Elaboración propia

Categoría	Subcategorías
Nacionalidad	– Autoreferencia o pertenencia a una determinada nacionalidad. – Referencia o nominación de otros respecto a otras nacionalidades – Referencia o nominación de nacionalidades externas a las relacionadas con el proceso migratorio de la caravana, pero que se utilizan para comparar acciones y decisiones en temas migratorios. – Situación legal
Clase social	– Autoreferenciación de una determinada clase social. – Referencia o nominación respecto a la clase social de “los otros”. – Referencia a individuos del endogrupo pertenecientes a determinada clase social. – El incremento de personas nacionales en situación de pobreza
Antirracismo	-Irrupción y cuestionamiento del discurso racista.– Acceso a los derechos territoriales.– Resistencia a la desterritorialidad.– Derecho a una mayor seguridad.– Derecho de acceso a la justicia.– Defensa del derecho a la vida
Rechazo por grupo étnico	– Referencia o nominación a determinado grupo indígena.– Racismo, en términos de diferencias a nivel cultural, color de piel, o grupos étnicos. – Etnocentrismo (Rocha, 1984)
Región (de México)	– Entidad federativa. – Región geográfica determinada. – Región respecto al Continente Americano
Presentación de los hechos	Referencia o reprobación de los actos del grupo migratorio (códigos sociales)
Dimensión religiosa	Referencia o nominación de religión

5. Resultados

Para la visualización de los resultados del análisis temático, fueron seleccionadas las primeras cinco categorías más relevantes en cada uno de los episodios. La categoría más relevante en los cuatro episodios fue la de tema *antirracismo*. Se dio en los cuatro casos a través del *Cuestionamiento de las acciones del endogrupo*. En los primeros tres episodios, la *Irrupción al discurso racista*

fue la segunda subcategoría más presente. El cuarto episodio es el primero en el que las categorías referentes al *Rechazo al grupo migratorio* toman mayor relevancia, conformadas por las subcategorías *Cuestionamiento a las acciones del grupo migratorio* y las *Justificaciones para el rechazo*. El impacto en la economía o seguridad de la sociedad de acogida estuvo presente en el segundo episodio únicamente, que corresponde a los ataques digitales de Trump a las y los integrantes de la caravana.

Tabla 1. EP1. Elaboración propia

Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	71	Antirracismo
Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	64	Antirracismo
Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	43	Antirracismo
Autoreferencia de nacionalidad	42	Nacionalidad
Cuestionamiento de las acciones del exogrupo	29	Rechazo al grupo migratorio y Nacionalidad

Tabla 2. EP2. Elaboración propia

Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	56	Antirracismo y Nacionalidad
Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	40	Antirracismo
Referencia o nominación a otra nacionalidad	21	Nacionalidad y Rechazo al grupo migratorio
Impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo	20	Rechazo al grupo migratorio

Tabla 3. EP3. Elaboración propia

Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	48	Antirracismo y Región
Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	27	Antirracismo
Referencia o nominación por región en México	20	Región
Presentación de los hechos	18	Presentación de los hechos
Llamado a la acción de ayuda al grupo migratorio	18	Antirracismo

Tabla 4. EP4. Elaboración propia

Tema	Enraizamiento	Grupo de temas (categorías)
Cuestionamiento o diferenciación de las acciones del endogrupo	56	Antirracismo
Impacto en la economía y/o seguridad del endogrupo	34	Rechazo al grupo migratorio o y Presentación de los hechos
Irrupción o cuestionamiento del discurso racista	32	Antirracismo
Cuestionamiento a las acciones del exogrupo	26	Rechazo al grupo migratorio y Presentación de los hechos
Justificación para el rechazo	25	Rechazo al grupo migratorio

El análisis temático cualitativo permitió también observar cómo fue que las categorías se cruzan entre sí al momento de establecer los temas en los cuales se lleva a cabo la narrativa en la red social.

A continuación, se anexan un ejemplo de las categorías con mayor relevancia en cada episodio y cómo es que las subcategorías se relacionaron durante el análisis.

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

Categoría 1 – Antirracismo

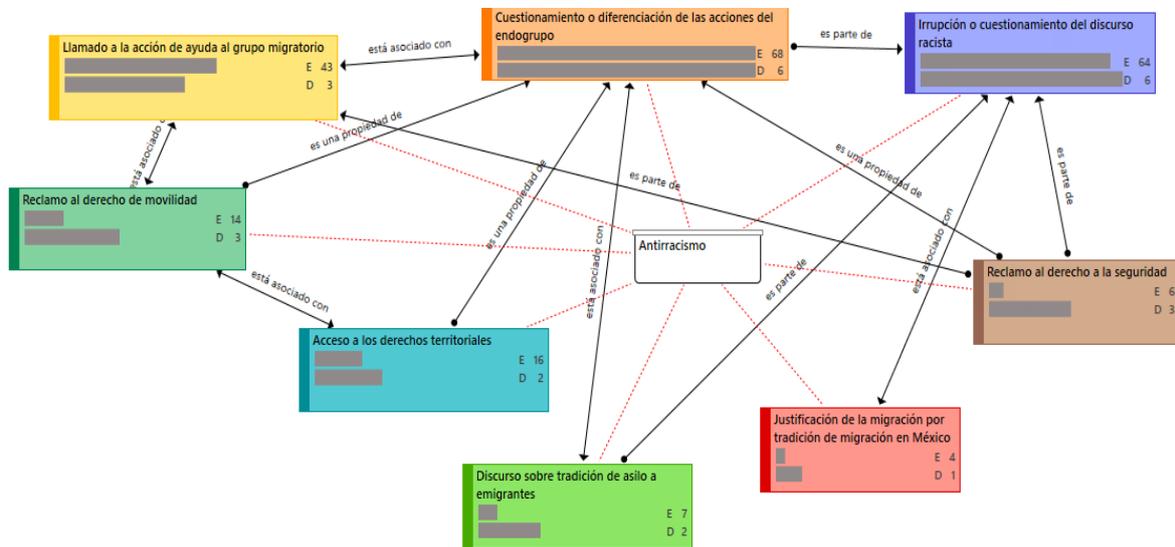


Diagrama 1 – Antirracismo EP1. Elaboración propia

Episodio 2: Donald Trump reacciona en Twitter

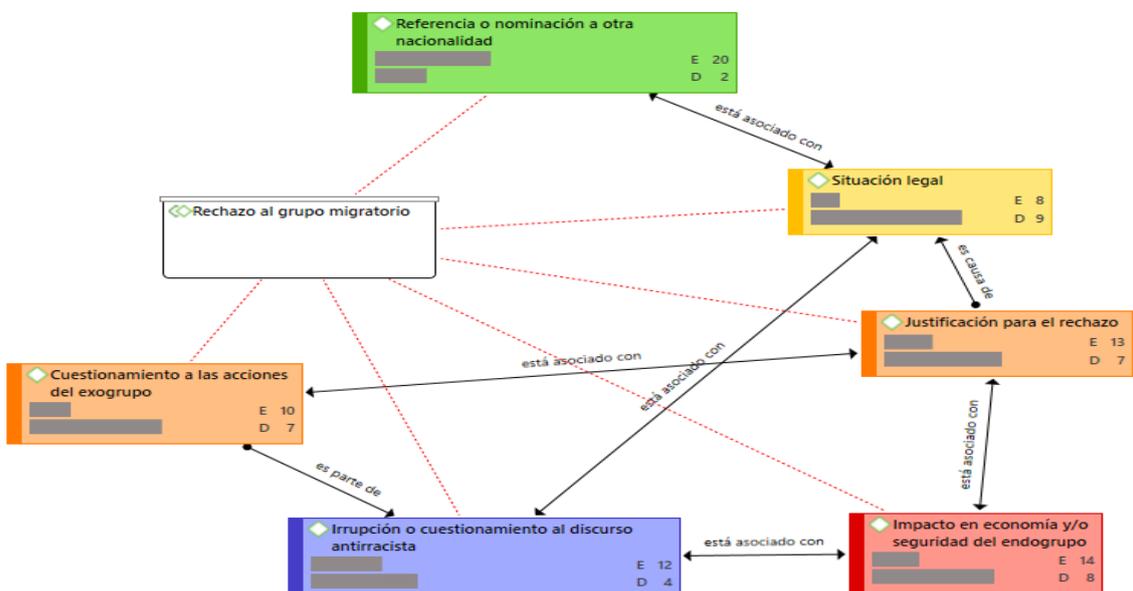


Diagrama 2 – Rechazo al grupo migratorio EP3. Elaboración propia.

Episodio 3: Gobierno de México anuncia programa para atender crisis migratoria

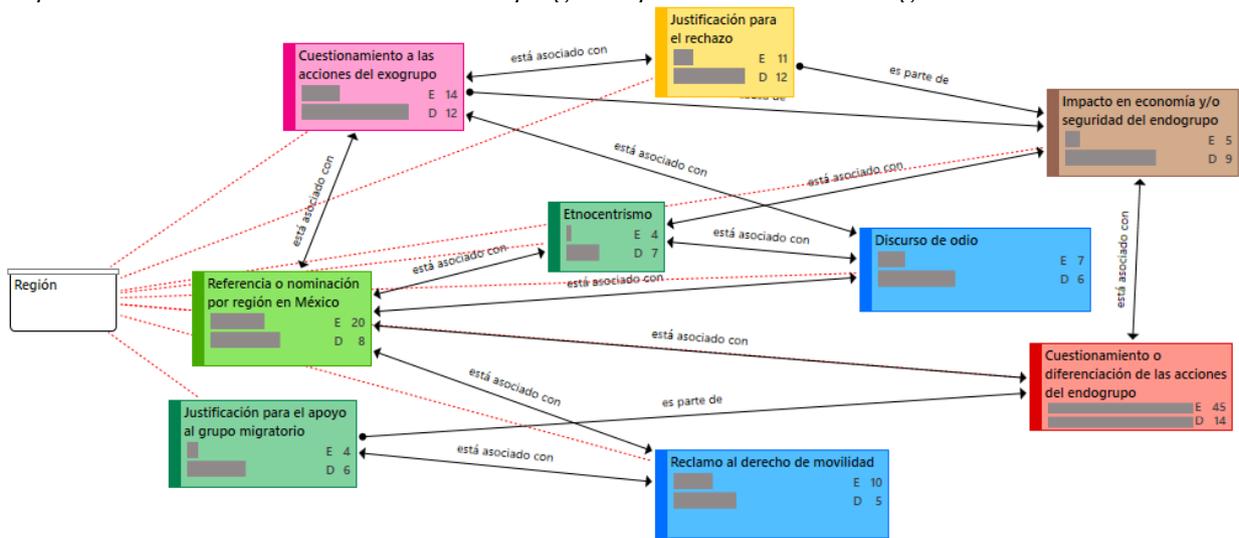


Diagrama 3 – Región, EP3. Elaboración propia.

Episodio 4: La caravana arriba a la ciudad fronteriza de Tijuana

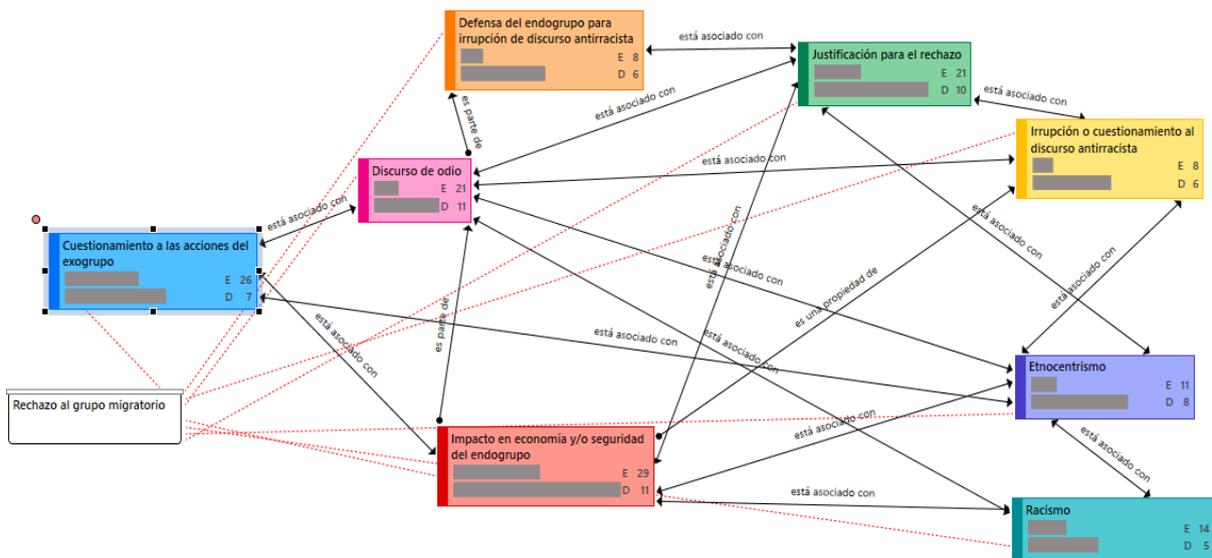


Diagrama 4 – Rechazo al grupo migratorio. Elaboración propia.

A continuación, se ofrecen algunos de los tweets que representan las categorías más relevantes con la finalidad de ilustrar de mejor manera la tematización de los diagramas. La letra D corresponde al número de identificador de la unidad de análisis y las iniciales EP corresponden al episodio al que pertenece la unidad:

1 – D: 656-EP1 – *Triste el racismo. Más triste que en México haya tantos racistas y xenóforos. La #CaravanaMigrante me sorprendió amargamente porque me enseñó que en mi país hay muchos que piensan que discriminar es algo correcto. Por mi parte, #BienvenidosAMéxico hermanos migrantes. #FelizSábado*

- 2– D:670-EP1 – *@Edd_Campe Primero andaban jodiendo con Donald Trump y ahora mira eh Perros de doble moral #CaravanaMigrante*
- 3– D: 641-EP1 – *Imposible no ofenderse, entristecerse... lamentarse. Porque efectivamente, hay una sociedad que sorprendentemente parece no haber cambiado en nada. #CaravanaMigrante @f_solorzano @dayan_jacobo @DrLorenzoMeyer*
- 4– D:234-EP2 – *Esta manera de cubrir la #CaravanaMigrante al único q le ayuda es a Trump porq si ningún gobierno ha podido detenerla significa q llegará a la frontera d EU y eso le dará el motivo perfecto para re-*

- tomar su muro y su discurso xenófobo. Ya no solo los mexicanos seremos la “amenaza”*
- 5– D: 208– EP2 – *El recordatorio que debería hacer desaparecer la xenofobia: “que tire la primer piedra quien no tenga migrantes en su árbol genealógico.” #migrantes #migracion #caravanamigrante*
 - 6– D: 205– EP2 – *@R_Audiffred @EPN @SE-DENAmx @SEMAR_mx @Mx_Diputados @CNNEE @bbcmundo @AP_Noticias @TNTLA @Notimex @InfobaeAmerica #CaravanaMigrante Es verdad. Intereses inconfesables con negros propósitos, intentan confundir a la opinión pública nacional. Ingresar por la fuerza a una nación. Es una invasión en toda la extensión de la palabra. Violando su soberanía y pisoteando su territorio. Es inaceptable.*
 - 7– D: 32– EP3 – *Gran decisión del Gobierno Federal! Este tipo acciones son las que enriquecen y enaltecen a nuestro México. #CaravanaMigrante*
 - 8– D:20 –EP3 – *Ante el envío de tropas estadounidenses a la frontera con México, el Plan #EstásEnTuCasa debe ser visto como un acierto del Gobierno de @EPN y como un intento válido y humanitario por darle cobijo a nuestros hermanos centroamericanos. #CaravanaMigrante*
 - 9– D:20 –EP3 – *No permitan que la #CaravanaMigrante llegue a la #CDMX 🇲🇽, ya tenemos con los #manifestantes de casa!!! @EPN S.O.S*
 - 10 – D:13– EP4 – *Lo único cierto es que la #caravanaMigrante no tendría ni porque haber cruzado la frontera sin el debido trámite, es decir legalmente. Aceptarlo nos va generar muchos dolores de cabeza, de mi se acuerdan si no...*
 - 11– D: 24– EP4 – *No, NO y NO!!! primero los mexicanos, no tenemos porqué estarle resolviendo los problemas a otros países #CaravanaMigrante*
 - 12– D:4 – EP4 – *@ALCDETI salió corriendo y no tuve oportunidad de decirle que es un sinsentido someter a consulta algo que está consagrado en el 11 constitucional. #CaravanaMigrante #Tijuana <https://t.co/iR-QwCfP4W0>*

6. Discusión

Los resultados muestran que la gestión de la amenaza a la identidad social de los usuarios que participaron en el *hashtag* #CaravanaMigrante en los cuatro episodios seleccionados resultó haber ido en dirección hacia el antirracismo por encima de todas las demás categorías. Principalmente, fue impulsado por el *Cuestionamiento las acciones del endogrupo* y la *Irrupción al discurso racista*.

Amenazas de distinción en el grupo antirracista: (1)– El hecho de que se les comparara con el sector de la sociedad de los Estados Unidos que es racista y xenófoba, así como el entonces presidente Donald Trump, los posiciona como una sociedad notablemente similar a un grupo externo. (2)– La incapacidad de respuesta por parte de las autoridades en México y la ayuda humanitaria de la sociedad mexicana. Para muchos de estos usuarios, la capacidad de ayuda a migrantes y refugiados es una de sus singularidades. Revela una fuerte dimensión histórica y social que se sostiene con el paso del tiempo y que se alimentó de discursos, frases o testimonios que representan a México como una sociedad históricamente abierta a los refugiados y migrantes.

Los usuarios que respondieron con mensajes de antirracismo vieron en la narrativa respecto al tema una serie de mensajes de carga racista y xenófoba que los llevaron a separarse de las acciones de sus connacionales. Esta circulación de discursos representó la estrategia de movilidad identitaria principal, puesto que ayudaron a establecer un conceso con los códigos sociales y buscaron separarse de las acciones de rechazo. Esto constituyó lo que Branscombe *et al.* (1999) denominan una amenaza de valor. Al ver que a través de las plataformas sociales y los medios de comunicación se estaban impulsando discursos de antinmigración que encasillaba a la sociedad de acogida (endogrupo) como una sociedad racista y xenófoba, los usuarios percibieron en esto una amenaza de valor a su identidad social, puesto que socavaba su imagen social auto-concebida.

Por un lado, al ser comparados con el sector social norteamericano racista y xenófobo, las personas trataron de desmarcarse de esta asimilación y se posicionaron en contra de que la sociedad mexicana en general sea racistas y xenófobas. La segunda está relacionada a que estas acciones socaban la capacidad de la sociedad de acogida como incapaz de ofrecer ayuda humanitaria a personas en situación de movilidad siendo ésta una sociedad históricamente migrante. Ante esto, una respuesta fue el surgimiento de diferentes *hashtags* para contrarrestar esta idea como lo fueron #NoSomosTrump, #NadieEsIllegal y #TodosSomosMigrantes. Recordando de nuevo a Branscombe *et al.* (1999), las amenazas a la distinción son cambios de percepción que socavan la capacidad de un grupo, de singularidad o que los posiciona como notablemente similares a los grupos externos. El cuestionamiento a las acciones de quienes rechazaban a la caravana se equiparaba con las de Donald Trump y parte de la sociedad norteamericana. Quienes vieron en esta amenaza de distinción adoptaron una estrategia de movilidad dentro del grupo que los desmarcara, con un tinte de aceptación de su nacionalidad tradicionalmente migrante, pero separándose de las acciones de rechazo, racismo, llamado al linchamiento y discurso de odio. Como indican Sanderson, Frederick y Stocz (2016, p.318), “las plataformas proporcionan un espacio

donde los miembros del grupo pueden disputar, reforzar y desafiar las normas y valores del grupo”.

Amenazas de valor en el grupo antirracista:

(1) – La amenaza de valor principal para los usuarios antirracistas fueron los mismos mensajes de rechazo de otros integrantes de México, ya que socavaban los valores, normas y prácticas del grupo. Lo fueron también los mensajes de algunas figuras como el alcalde de Tijuana, y se podría decir que hasta la misma narrativa mediática que en general promovía una representación de la caravana como una amenaza a la seguridad, la economía y la propia identidad cultural. (2) – En cuanto a las acciones que socavaron el valor de la pertenencia al grupo antirracista, y que atacó los valores, normas y prácticas compartidas, fueron los enfrentamientos con los integrantes de la guardia nacional y la policía, así como los conatos de violencia por parte de grupos antiinmigrantes en la ciudad de Tijuana.

Por otra parte, la narrativa mediática que señalaba una inacción por parte de las autoridades en el sentido de no poder ofrecer un desempeño mejor en materia de política migratoria y organización, socavaron la singularidad auto-percibida de la sociedad mexicana como una históricamente abierta a los refugiados y migrantes. Principalmente, esta línea se dio a través de la circulación de videos, frases y testimonios que recordaban a México como un país de larga tradición en la aceptación de refugiados políticos y migrantes, principalmente de las dictaduras en países como Argentina, Chile y España. Uno de los contenidos más presentes, sobre todo en los últimos dos episodios del estudio caso, fue el fragmento de la entrevista¹⁰ al expresidente de Uruguay, José Mujica en el canal Deutsche Belle (DW), en donde el mandatario reconoce esta situación de México. Por otra parte, las acciones de los cuerpos de seguridad, las declaraciones de rechazo por parte del alcalde de Tijuana y los conatos de violencia por parte de grupos antiinmigrantes de Tijuana, representaron el punto más crítico de la conversación. Estas acciones de violencia fueron rechazadas reprobando la respuesta violenta de las fuerzas armadas. Estos momentos representaron el punto más álgido de la conversación.

Amenazas de distinción en el grupo de rechazo:

(1) – La amenaza de distinción principal para el sector que se posicionó en el rechazo fue que se propagara una imagen negativa de los migrantes en general provenientes del sur de Estados Unidos. Esta situación colocaba como notablemente similares a los integrantes de la caravana. (2) – Otro elemento para justificar el rechazo fue que el cierre de la frontera entre México y Estados Unidos representaba una amenaza para su económica.

La imagen negativa de la caravana pudo haber representado para este grupo de usuarios una amenaza al discurso de auto-enaltecimiento que promueve una

imagen del migrante mexicano trabajador y que aporta en diferentes esferas a la sociedad a la que emigra. Al ver amenazada su estabilidad e imagen auto-percibida, decidieron contrarrestar estas amenazas por medio de mensajes de degradación y de rechazo, señalando que los integrantes de la caravana no buscaban empleo puesto que rechazaban las visas de trabajo que el gobierno de México ofrecía, con la reproducible y perversa condición de que permanecieran en los estados del sur de México. Otra amenaza para este grupo de usuarios fueron los cierres de las fronteras entre México y Estados Unidos. Esto representó una amenaza latente al empleo, la economía y hasta la seguridad de los tratados de libre comercio entre México y Estados Unidos. Por ello, estas acciones por parte del gobierno de Trump, aunado a los mensajes de que, si México no detenía a los migrantes en la frontera sur, representó una amenaza de distinción.

Amenazas de valor en el grupo de rechazo:

(1) – La principal amenaza de valor para el grupo alineado al rechazo consistió las acciones y mensajes que remarcaban el rechazo de la ayuda que se les ofrecía a los integrantes de la caravana. Videos de declaraciones o en donde se mostraba el desaprovechamiento de alimentos o prendas de vestir circularon de manera constante. Esto representaba un ataque a los valores del grupo y las prácticas compartidas. Sobre todo, cuando se trató el caso específico de la una mujer que despreció un palto de frijoles (alubias). (2) – Otra acción que se alineó a la justificación para el rechazo fue la ayuda que se le ofrecía en las calles a las personas migrantes, o los mensajes que promovían la ayuda humanitaria. El reclamo resaltaba una falta de ayuda a los sectores de la sociedad mexicana más desfavorecidos y que se le diera prioridad a los migrantes. (3) Otra acción que representó una amenaza de valor estuvo argumentada en la línea del desorden que los integrantes de la caravana ocasionaban, así como de su ingreso irregular.

Las amenazas de valor de los usuarios que emitieron mensajes de *Rechazo al grupo migratorio* cayeron principalmente en la línea del rechazo de las personas migrantes a la ayuda que la sociedad de acogida les ofreció. Esta narrativa que se reforzó con la circulación de videos e imágenes referentes al rechazo de alimentos, ropa o utensilios de aseo. Es probable que dichos usuarios hayan argumentado su rechazo al considerar estas acciones como una afrenta a su autocategorización de una sociedad que apoya a la comunidad migrante. El ejemplo que materializó más esta narrativa fue el caso más viral que probablemente este suceso haya dejado, conocido como #LadyFrijoles, ya estudiado por Frank-Vitale y Núñez Chaim (2020). También, el ingreso masivo y en carácter de irregularidad migratoria pudo haber representado para estos usuarios una afrenta a la soberanía nacional que provocó reacciones más violentas y viscerales.

Esto indica, por lo menos mediante esta metodología y en el caso de estudio seleccionado, que la conversación no fue en su mayoría encaminada hacia

¹⁰ Enlace a al fragmento de la entrevista a José Mujica: https://twitter.com/InfoDataHN/status/1058325788179812352?s=20&t=z_ULz-sIWjqG3i4pKweCccQ

el rechazo y la xenofobia por parte de usuarios de la sociedad de acogida, a pesar del imaginario colectivo que se generó respecto al grupo migratorio que representó a la caravana como una amenaza latente ante la economía, la estabilidad geopolítica y la seguridad pública. Las dimensiones como la histórica, social, nacional y cultural estuvieron presentes y fungieron como componentes identitarios importantes. La histórica está presente en la circulación de videos que hacen alusión a la tradición de México como una nación de acogida para refugiados políticos y migrantes en otros momentos de la historia. La dimensión social se refleja en el consenso que existe sobre una sociedad que suele brindar ayuda humanitaria y la organización colectiva en favor de las personas migrantes. Estas dos podría también cruzarse con la dimensión de la nacionalidad. La dimensión cultural está conectada a la histórica relación entre la población mexicana migrante en Estados Unidos, así como con la tradición gastronómica, sobre todo en el caso de la viralización del caso antes mencionado mayormente conocido como #LadyFrijoles.

Estas dimensiones jugaron un papel importante en la manera en la que los usuarios llevaron a cabo la gestión de las amenazas a sus identidades sociales. Se dio un consenso social en la red encaminado a que “los mexicanos no somos racistas como los norteamericanos”. Tal y como señala Hogg (2016), las normas grupales capturan y expresan similitud una intragrupal. Sin embargo, los grupos casi siempre se diferencian internamente” (Hogg, 2016, p.13) y esto trae consigo mejoras en la manera en la que se perciben los individuos dentro del grupo. En este sentido, “aunque los miembros marginales son generalmente percibidos y tratados de manera desfavorable, a veces pueden cumplir funciones importantes de cambio social para el grupo (Hogg & Waggoner, 2016, en Hogg, 2016).

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

Cuando la crisis en el sistema político (Sassen, 2005) durante el proceso migratorio llegó a su punto más álgido se dieron: –el enfrentamiento de la caravana con la Guardia Nacional y los conatos de la violencia en Tijuana–, el análisis temático indica un incremento en la aparición de discurso de odio, racismo y xenofobia utilizando diversa subcategoría como las justificaciones para el rechazo o el cuestionamiento a las acciones del grupo migratorio. Esto acentuando la polarización en la discusión. Por ejemplo, Horn-

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

Pero esto puede resultar peligroso en los puntos álgidos de la crisis, como lo fue en el episodio de la llegada y hacinamiento de la caravana en la ciudad de Tijuana. En su reclamo constante de falta de apoyo por parte del Gobierno Federal para manejar la situación, así como la amenaza al cierre de la Frontera con los Estados Unidos, surgieron grupos de rechazo hacia la caravana migrante. Sus demandas y justificaciones fueron colocadas en la agenda por los medios, lo cual pudo haber provocado diversas reacciones en los usuarios en Twitter. Esta línea concuerda con los hallazgos de Hernández-López y Porras-Gómez (2020).

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

La estructura de las redes sociales digitales como Twitter amplía la posibilidad de los usuarios a acceder a información diversa sobre un tema en concreto. Su participación marca también posicionamientos determinados ante el tema que complejizan la complejidad de las identidades sociales en redes sociales digitales, la apertura a una identidad abierta a la diversidad. La conexión de diversas subcategorías en el análisis permite observar una fuerte presencia patrones como *intersección*, *dominio*, *compartición* y *fusión* (Brewer, 2010), así como el cruce de las principales dimensiones anteriormente descritas.

La causalidad y relaciones del análisis cualitativo permiten, a nivel general, sin ahondar en detalle, principalmente, una presencia de patrones identitarios apegados a la *intersección*, “la forma en que un individuo puede lograr el reconocimiento simultáneo de más de una identidad social y, sin embargo, mantener una sola representación de grupo interno”

(Brewer, 2010, pp.15) definiendo el grupo interno como la intersección de múltiples pertenencias grupales (Roccas & Brewer, 2002). La línea de usuarios que fueron congruentes con los discursos de ultraderecha norteamericana, el expresidente Trump, o el alcalde de la ciudad de Tijuana, o los grupos antiinmigración de Tijuana, reflejó un patrón de *dominio*, el cual consiste en que “el individuo adopta una identificación de grupo principal a la que se subordinan todas las demás identidades de grupo potenciales” (Brewer, 2010, pp.15).

La masa de usuarios que reclamaban derechos humanos visibilizó historias o discursos de una tradición mexicana de asilo político y refugio como estrategias de movilidad identitarias que reflejan un patrón de *fusión* de identidades con una fuerte carga en la dimensión histórica y de nacionalidad. Estos elementos discursivos fueron utilizados para la irrupción del discurso racista. La *fusión* de las identidades es un patrón para la representación de múltiples identidades de grupos sociales. En este, la pertenencia a grupos transversales se reconoce y adopta simultáneamente en su forma más inclusiva. De este modo, la identificación del endogrupo se extiende a otros que comparten *cualquiera* de las otras pertenencias a una categoría social más importante: el endogrupo es la *suma* de las identificaciones grupales combinadas de un individuo (Brewer, 2010).

Una hipótesis que podría desarrollarse en futuras investigaciones puede estar enfocada en analizar cuál fue el nivel de propagación de mensajes con discurso de odios por parte de los medios de comunicación. El trabajo de Juárez-Torrez (2020) indica que algunos portales web de periódicos en México basaron su producción de contenidos a partir rutinas periodísticas como la recolección de reacciones en redes, como lo fue el caso de los tweets de Donald Trump contra la caravana. En el trabajo de tesis del cual se desprende este artículo, se pudo comprobar que los *post* de Facebook o de Twitter que los medios seleccionaron para generar notas referentes a las reacciones de los usuarios en redes sobre la caravana, fueron mensajes con un aparente criterio de selección basado en la carga emocional del mensaje, y no en la centralidad del mismo. Esto puede apuntar a una hipótesis encaminada a que los medios digitales también contribuyeron a la propagación de mensajes de odio que consolidaron la idea de que la reacción de las y los usuarios mexicanos fue mayormente negativa.

7. Conclusiones

La principal conclusión a la que este artículo llega es que los usuarios en Twitter no fueron congruentes con la narrativa de la mayoría de los medios de comunicación en México, que representaron a la caravana como una amenaza a la economía y a la seguridad de la sociedad de acogida. Este trabajo demuestra que los usuarios rechazaron esta narrativa mediática que alimentó también la narrativa en redes sociales como

Twitter, y que más allá de rechazarla, enfrentaron estos discursos por medio de diversas estrategias como la circulación de contenidos con fuertes dimensiones identitarias de carácter histórico y social. Esto ayuda a esclarecer el mito que se ha venido estableciendo respecto a que los usuarios en México fueron en su mayoría racistas en sus reacciones ante la caravana migrante del 2018.

Las estrategias de movilidad identitaria para mitigar las amenazas a la identidad social, tanto las de valor como las de distinción, fueron promovidas por los usuarios a través del *hashtag* #CaravanaMigrante. Durante el desarrollo de esta etiqueta, la circulación de diversos recursos narrativos ilumina la variedad de opciones que los usuarios utilizan para participar en la discusión de un tema de interés social. Echan mano de recursos provenientes del cine, el periodismo, la música, la gastronomía, la literatura, la historia, entre otros espacios para construir narrativas que refuerzan sus identidades sociales o también las ajustan por miedo del alto nivel que las redes sociales digitales ofrecen.

Las dimensiones de la identidad social más importantes que estuvieron circulando a lo largo del desarrollo de esta etiqueta fueron la dimensión histórica, la social y la de carácter nacional. Esta última comprende casi otra categoría por sí sola, que es la identidad nacional, aunque eso ya representaría otra investigación. En cuanto a la dimensión histórica, se puede observar que es una dimensión que se sostiene con el paso del tiempo, y que descansa en el reconocimiento de cada individuo dentro de una tradición histórica de México como una nación receptora en diversos procesos de movilidad humana bajo distintos contextos. La crítica interna al endogrupo, en este caso, no representó a una minoría, por lo menos en términos de los usuarios que participó en la discusión de los cuatro episodios seleccionados. Esto revela que se alcanzó una masa crítica capaz de romper con un imaginario colectivo que pareciera haberse instalado con la ayuda de los medios de comunicación.

Las dimensiones históricas, sociales y de nacionalidad nacionalistas entraron en juego por ambas partes de la discusión polarizada. Por un lado, esta dimensión jugó un papel elemental en el reconocimiento de una historia nacional abierta a la recepción de personas migrantes, refugiadas y solicitantes de asilo político. Es una dimensión identitaria que revela una continuidad sostenida en el tiempo, que se negocia a partir de diversos elementos discursivos y culturales, y que responde a una complejidad identitaria de intersección y fusión que estableció su base en esta dimensión nacional para desde ahí desplazarse hacia otras categorías identitarias sin abandonar la identidad nacional y el reconocimiento histórico interiorizado.

Las amenazas a la identidad social estuvieron principalmente ancladas en una circulación de elementos identitarios de carácter nacional e históricos. Los patrones de intersección y de fusión revelan un reconocimiento y una serie de habilidades de los usuarios para buscar desplazarse a un grupo social que les permita promover alguna de sus identidades

sin dejar el anclaje principal completamente. Encontraron en diferentes contenidos justificaciones a sus acciones que provienen de diversos entes sociales. El rechazo estuvo ligado a un puente entre la ultraderecha norteamericana, la supuesta violación a la soberanía nacional, y la tradición autoconcebida de sus connacionales como personas trabajadoras y que aportan al lugar al que migran.

La parte del antirracismo se desplazó hacia una dirección en donde la diversidad, la inclusión y la defensa de los derechos humanos al libre tránsito, así como el consenso social que rechazó la idea de que la sociedad mexicana fuera racista y xenófoba. De nuevo, las dimensiones históricas y sociales jugaron un papel fundamental gracias a la capacidad de las etiquetas de Twitter para impulsar contranarrativas. Esto da cuenta también de un proceso de negociación, ajuste y reforzamiento de las identidades sociales a través de la interacción social en el espacio público digital.

La complejidad de la identidad social en este caso de estudio alumbró de manera parcial los matices mediante los que se lleva a cabo una polarización de los temas en las redes sociales, la cual está marcada por una serie de patrones de cambio y continuidad en cuanto a la crispación de las identidades y a la apertura a la diversidad y la inclusión de diversas identidades sociales. La circulación de contenidos mediáticos en el actual sistema mediático híbrido, donde convergen entes sociales como medios de comunicación, usuarios “comunes”, *trolls* y bots (Aruguete & Calvo, 2020), instituciones gubernamentales, ONG’s, colectivos activistas, entre otros, promueve una participación abierta y más accesible para la discusión de temas de interés social. Pero, también representa un espacio en donde los contextos en los que suceden determinados eventos sociales, vuelven a las redes sociales espacios de cada vez menos diálogo donde las emociones imperan sobre la razón (Guerrero, 2019).

8. Referencias bibliográficas

- Abrams, D., & Hogg, M. A. (Eds.). (1999). *Social identity and social cognition* (pp. 196-229). Oxford: Blackwell. <https://bit.ly/3D43oDd>
- Aguaded, I., & Romero-Rodríguez, L. M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo. <https://bit.ly/3w1wYR2>
- Ashmore, R. D., Jussim, L. J., & Wilder, D. (Eds.). (2001). *Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction* (Vol. 3). Oxford University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3 (2), 77-101 <https://bit.ly/3H2uoEl>
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 475-482. <https://bit.ly/3j1y4OY>
- Brewer, M. B. (1993). Social identity, distinctiveness, and in-group homogeneity. *Social Cognition*, 11, 150-164. <https://bit.ly/3kqR2Pa>
- Brewer, M. B. (2001). Ingroup identification and intergroup conflict. *Social identity, intergroup conflict, and conflict reduction*, 3, 17-41.
- Brewer, M. B., & Chen, Y. R. (2007). Where (who) are collectives in collectivism? Toward conceptual clarification of individualism and collectivism. *Psychological review*, 114 (1), 133. <https://bit.ly/3J9hZkU>
- Brewer, M. B., & Gardner, W. (1996). Who is this “We”? Levels of collective identity and self representations. *Journal of personality and social psychology*, 71 (1), 83. <https://bit.ly/3J5bJKU>
- Calvo, E., & Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos: Cómo funcionan (para bien y para mal) las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Chen, S., Boucher, H. C., & Tapias, M. P. (2006). The relational self revealed: integrative conceptualization and implications for interpersonal life. *Psychological bulletin*, 132 (2), 151. <https://bit.ly/3XutKGF>
- Coletto, M., Esuli, A., Lucchese, C., Muntean, C. I., Nardini, F. M., Perego, R., & Renso, C. (2016, August). Sentiment-enhanced multidimensional analysis of online social networks: Perception of the mediterranean refugees crisis. In *2016 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM)* (pp. 1270-1277). IEEE. <https://bit.ly/3J8d2c7>
- Contreras, C. P., Jáquez, M. P. M., & Rodríguez, M. O. T. (2019). Fake News: Creando una ficción de la caravana migrante. *Discurso mediático y audiencias: Una aproximación crítica a la comunicación de masas*.
- Dalton, R. J., Sickle, A. V., & Weldon, S. (2009). The individual-institutional nexus of protest behaviour. *British Journal of Political Science*, 40, 51-73. <https://doi.org/10.1017/s000712340999038x>
- Dávila Chilpi, W. J. (2021). La caravana de migrantes centroamericanos y la formación de la opinión pública a través de los medios de comunicación. <https://bit.ly/3ZX6R0w>
- De Cremer, D., & Van Vugt, M. (1999). Social identification effects in social dilemmas: A transformation of motives. *European Journal of Social Psychology*, 29 (7), 871-893. <https://bit.ly/3WwWWeX>
- del Ramo, J. L., & Humanes, M. L. H. (2016). Análisis del framing visual y sus componentes en el tratamiento fotográfico de la crisis de los refugiados sirios en medios de prensa internacional. *Scire: representación y organización del conocimiento*, 87-97. <https://bit.ly/3R3o9or>

- Deschamps, J. C., & Doise, W. (1978). Crossed category memberships in intergroup relations. *Differentiation between social groups. Studies in the social psychology of intergroup relations*, 141-158.
- Durand, J. (2017). La inmigración como amenaza en Estados Unidos. *Anuario CIDOB de la Inmigración*, 32-49. <https://bit.ly/3XIErpa>
- Farrell, 2012. Farrell, H. (2012). The consequences of the internet for politics. *Annual review of political science*, 15 (1), 35-52. <https://bit.ly/3XCXhOQ>
- Farrell, H. (2012). The consequences of the internet for politics. *Annual review of political science*, 15 (1), 35-52.
- Foddy, M., Platow, M. J., & Yamagishi, T. (2009). Group-based trust in strangers: The role of stereotypes and expectations. *Psychological Science*, 20 (4), 419-422. <https://bit.ly/3XxNWYj>
- Frank-Vitale, A., & Núñez Chaim, M. (2020). “Lady Frijoles”: las caravanas centroamericanas y el poder de la hipervisibilidad de la migración indocumentada. *EntreDiversidades. Revista de ciencias sociales y humanidades*, 7 (1), 37-61.
- Güell, P., Peters, T., & Morales, R. (2012). Individuación y consumo cultural: las afinidades electivas. *La trama social de las prácticas culturales*, 21-49 <https://bit.ly/3XRta5W>
- Guerrero, M. A. (2019). ¿El fin de la razón?. *Ciudad de México: Siglo XXI*.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge university press.
- Hogg M. A. (2016). Social Identity Theory. En S. McKeown, R. Haji & N. Ferguson (eds), *Understanding Peace and Conflict Through Social Identity Theory* (pp. 3-17). Peace Psychology Book Series: Springer, Cham. <https://bit.ly/3XSQIaC>
- Hornsey, M. J. (2005). Why being right is not enough: Predicting defensiveness in the face of group criticism. *European Review of Social Psychology*, 16, 301–334. <https://bit.ly/3H4fQ7e>
- i Llombart, M. P., & Serrano, F. J. T. (2004). La identidad (el self). *Ibáñez, T., Botella, M., Samuel, J., Martínez, L., Pallí, C., Pujal, M. & Tirado, F. (Comp.) Introducción a la psicología Social. España: Ed. OUC*.
- Jäkälä, M., & Berki, E. (2013). Communities, communication, and online identities. In *Digital identity and social media* (pp. 1-13). IGI Global. <https://bit.ly/3XzRrxE>
- Jiménez, A. G., & Vázquez, A. (2015). El poder de “sentirse uno” con un grupo: fusión de la identidad y conductas grupales extremas. *International Journal of Social Psychology, Revista de Psicología Social*, 30 (3), 495-511. <https://bit.ly/3wnEavX>
- Jiménez, H. & Canchola, A. (2018, 6 de diciembre). Reconoce inm que se encuentran 9 471 migrantes centroamericanos en México. *El Universal*. <https://bit.ly/3H2EmFM>
- Kassing, J. W., & Sanderson, J. (2015). Playing in the new media game or riding the virtual bench: Confirming and disconfirming membership in the community of sport. *Journal of Sport & Social Issues*, 39, 3–18. <https://doi.org/10.1177/0193723512458931>
- Khiabany, G. (2016). Refugee crisis, imperialism and pitiless wars on the poor. *Media, Culture & Society*, 38 (5), 755-762. <https://bit.ly/3WvzmpK>
- Knoll, B. R., Redlawsk, D. P., & Sanborn, H. (2011). Framing labels and immigration policy attitudes in the Iowa caucuses: “Trying to out-Tancredo Tancredo”. *Political Behavior*, 33 (3), 433-454. <https://bit.ly/3XKQa6g>
- Konnely, A. (2015). # Activism: Identity, affiliation, and political discourse-making on Twitter. *The Arbutus Review*, 6 (1), 1-16. <https://bit.ly/3WvzIpy>
- Maireder, A., & Ausserhofer, J. (2014). Political discourses on Twitter: Networking topics, objects, and people. In K. Weller, A. Bruns, J. Burgess, M. Mahrt, & C. Puschmann (Eds.), *Twitter and society* (pp. 305–318). New York, NY: Peter Lang. <https://bit.ly/3ZWFByV>
- Major, B., & O'brien, L. T. (2005). The social psychology of stigma. *Annu. Rev. Psychol.*, 56, 393-421. <https://bit.ly/3WujEV5>
- Mmesoamericano & mmesoamericano. (2021, 15 febrero). *Cambio climático empuja a miles a emigrar de Centroamérica*. Movimiento Migrante Mesoamericano. <https://bit.ly/3ZXTbIA>
- Nemeth, C. J., & Staw, B. M. (1989). The tradeoffs of social control and innovation in groups and organizations. In *Advances in experimental social psychology* (Vol. 22, pp. 175-210). Academic Press. <https://bit.ly/3ZYvWba>
- Nguyen, D. (2016). Analysing transnational web spheres: the European example during the Eurozone Crisis. In *The Digital Transformation of the Public Sphere* (pp. 211-233). Palgrave Macmillan, London. <https://bit.ly/3H0Ivdt>
- París Pombo, M. D. (s. f.). *Las caravanas de migrantes, su representación política y los derechos humanos de los migrantes*. El Colegio de la Frontera Norte. <https://bit.ly/3WxEtp8>
- Percastre-Mendizábal, S., Pont-Sorribes, C., & Codina, L. (2017). Propuesta de diseño muestral para el análisis de Twitter en comunicación política. *Profesional de la Información*, 26 (4), 579-588. <https://bit.ly/3D8VR6b>
- Phua, J. J. (2010). Sports fans and media use: Influence on sports fan identification and collective self-esteem. *International Journal of Sport Communication*, 3 (2), 190-206. <https://bit.ly/3H2EXHw>
- Ragas, M. W., & Kioussis, S. (2013). Intermedia agenda-setting and political activism: MoveOn.org and the 2008 presidential election. In *New Media, Campaigning and the 2008 Facebook Election* (pp. 15-38). Routledge. <https://bit.ly/3Wxv2jd>

- Reicher, S. D. (2001). The psychology of crowd dynamics. In M. A. Hogg & R. S. Tindale (Eds.). *Blackwell handbook of social psychology: Group processes* (pp. 182–207). Blackwell
- Sanderson, J. (2013). From loving the hero to despising the villain: Sports fans, Facebook, and social identity threats. *Mass Communication and Society*, 16, 487–509. <https://doi.org/10.1080/15205436.2012.730650> <https://bit.ly/3J42E53>
- Sanderson, J., Frederick, E., & Stocz, M. (2016). When athlete activism clashes with group values: Social identity threat management via social media. *Mass Communication and Society*, 19 (3), 301-322. <https://bit.ly/3Xuonz>
- Sani, F. (2005). When subgroups secede: Extending and refining the social psychological model of schism in groups. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31 (8), 1074-1086. <https://bit.ly/3XxfblW>
- Sarmiento, C. T. (2014). *Max Weber. Significado y actualidad*. Universidad Nacional de Colombia.
- Sassen, C. (2005). *Linguistic dimensions of crisis talk: Formalising structures in a controlled language* (Vol. 136). John Benjamins Publishing.
- Small, T. A. (2011). What the hashtag? A content analysis of Canadian politics on Twitter. *Information, communication & society*, 14 (6), 872-895. <https://bit.ly/3ZYpr8c>
- Tajfel, H. (1972). Social categorization. English manuscript of 'La catégorisation sociale'. In Moscovici, S. (Ed.). *Introduction a la Psychologie Sociale, Vol. 1*, (pp. 272-302) Larousse.
- Tajfel, H. E. (1978). *Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press.
- Toudert, D. (2021). Crisis de la caravana de migrantes: Algunas realidades sobre el discurso público en Twitter. *Migraciones internacionales*, 12. <https://bit.ly/3R6IpWs>
- Tuckett, A. G. (2005). Applying thematic analysis theory to practice: A researcher's experience. *Contemporary nurse*, 19 (1-2), 75-87. <https://bit.ly/3XPJZhv>
- Turner, J. C., Brown, R. J., & Tajfel, H. (1979). Social comparison and group interest in ingroup favouritism. *European journal of social psychology*, 9 (2), 187-204. <https://bit.ly/3wp5g5Y>
- Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). Rediscovering the social group: A self-categorization theory. Blackwell <https://bit.ly/3woyOAI>
- Valdez-Apolo, M. B., Arcila-Calderón, C., & Amores, J. J. (2019). El discurso del odio hacia migrantes y refugiados a través del tono y los marcos de los mensajes en Twitter. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 6, 12.
- Van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press. <https://bit.ly/3D82CVY>
- Van Knippenberg, D., van Knippenberg, B., De Cremer, D., & Hogg, M. A. (2004). Leadership, self, and identity: A review and research agenda. *The Leadership Quarterly*, <https://bit.ly/3XNOJEn>
- Vanbeselaere, N. (1991). The different effects of simple and crossed categorizations: A result of the category differentiation process or of differential category salience?. *European review of social psychology*, 2 (1), 247-278. <https://bit.ly/3D8Trop>
- Weber, M. (1973). *Ensayos sobre metodología sociológica*, trad. de José Luis Etcheverry. Buenos Aires, Amorrortu Editores, 43.
- Yin, R. K. (1992). The case study method as a tool for doing evaluation. *Current sociology*, 40 (1), 121-137. <https://bit.ly/3womwII>

Ernesto Navarro López. Licenciado en Periodismo por la Universidad de Guadalajara. Maestro en Comunicación por la Universidad Iberoamericana con mención en Comunicación y Cultura Política. Doctorante en Comunicación en la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona. Es miembro del Grupo de Investigación en Comunicación Política, Periodismo y Democracia (POLCOM-GRP) de la Universidad Pompeu Fabra y fue asistente investigador en Journalistic Role Performance Project. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4912-2151>

Manuel Alejandro Guerrero Martínez. Director del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Es Licenciado en Relaciones Internacionales por el Colegio de México, maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Cambridge y doctor en Ciencia Política con especialidad en Comunicación Política por el Instituto Europeo Universitario, en Florencia, Italia. Vice-presidente del Consejo de Administración de ORBICOM, Red Mundial de Cátedras UNESCO en Comunicación, Miembro del Sistema Nacional de Investigadores Nivel 2, Coordinador académico del Servicio Profesional Electoral del Instituto Nacional Electoral (INE). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1921-5402>