

## COMENTARIO DE ACTUALIDAD

---

# EL MANEJO MEDIÁTICO DEL JEFE DE ESTADO FRENTE AL FENÓMENO MIGRATORIO

TANIA GARCÍA \*

### Resumen

Los medios de comunicación tienen un gran poder para decirnos qué y cómo pensar de muchos tópicos, entre ellos, la migración. Estos medios son tan diversos y complejos que, dentro de este gran fenómeno, las perspectivas que tenemos acerca de los mandatarios pueden estar en cierto grado influenciadas por el medio específico que leemos. Detrás de cada artículo, nota u opinión existe toda una metodología para tener una perspectiva, intencionalmente creada, acerca de los jefes de Estado junto con sus decisiones y, muchas veces, está sesgada por una preferencia política. Los medios construyen una imagen del líder de Estado frente al fenómeno migratorio. Este artículo examina las políticas migratorias de Barack Obama y Donald Trump, así como algunas estadísticas, para posteriormente analizar, con ayuda metodológica de algunas teorías de la comunicación, dos artículos hechos por medios regional y mundialmente populares,.

\* *Licenciada en Relaciones Internacionales.*

**Palabras clave:** *Medios de comunicación, migración, políticas migratorias, Estados Unidos, público.*

## **Abstract**

Media have an impressive power to tell us what and how think about many issues, among them, immigration. Media is so complex and diverse that the idea we have about the presidents and their decisions mainly depends on the media we get the information from. What we don't know consciously is that behind every article, note or opinion there's a methodology, intentionally made for creating an idea about the heads of state and their decisions, which is often biased by a political preference. The media shape an image of the state leader around the immigration phenomenon. This article examines the immigration policies of Obama and Trump, as well as some statistics, to later analyze, with methodological help of some communication theories, two newspaper articles made by regional and worldwide popular media.

**Key words:** *Media outlets, immigration, migratory policies, United States, media audience.*

## **Introducción**

El fenómeno migratorio mexicano hacia Estados Unidos es un proceso prolongado, una carga histórica que se ha compuesto por distintos elementos a lo largo del tiempo, por lo que a veces resulta complejo entender cuál es la razón fundamental que motiva a la población mexicana a migrar. Un consenso generalizado acerca de las razones por las cuales existe la migración mexicana a EE. UU. incluye una serie de factores como las raíces históricas entre ambos; por ejemplo, los antiguos estados mexicanos que ahora forman parte del territorio norteamericano y la reunificación familiar; factores económicos como la asimetría económica entre ambos países, etc. Éstas son solo algunas de las razones por las cuales existe la migración mexicana a Estados Unidos. Y aunque es complicado obtener un consenso específico de las causas que generan este fenómeno, lo cierto es que, el hecho de compartir una frontera de más de 3,000 kilómetros de extensión con una de las naciones más poderosas y económicamente pujantes, es una razón que incentiva la migración.

Tan solo para 2017, según datos del Pew Research Center, se estima que 36.6 millones de hispanos de origen mexicano vivieron en los Estados Unidos, lo que representa 62% de la población hispana que reside en EE. UU. Los individuos que se encuentran dentro de este perfil estadístico se identifican a sí mismos como mexicanos, tanto inmigrantes de México como aquellos que remontan su ascendencia familiar a este país (Pew Research Center, 2019).

La agenda bilateral que EE. UU. y México mantienen está compuesta por diversos elementos como, el intercambio comercial entre ambos (siendo esta una de las zonas comerciales internacionales más importantes del mundo), temas de seguridad y, directamente, por la frontera que comparten. De ahí que la migración sea un punto central, ya que el control, la evolución y las consecuencias impactan a ambos.

La migración mexicana hacia Estados Unidos constituye un asunto ciertamente estratégico de la agenda bilateral. Se trata de un fenómeno complejo, con una prolongada tradición histórica y con raíces estructurales en ambos lados de la frontera. Aunque con cambios en su intensidad y modalidades, este fenómeno ha sido una constante en la relación entre ambos países (Tuirán, 2006: 157).

La relación bilateral entre ambos países se mantiene, en gran medida, gracias a este fenómeno, y haciendo un recuento de la historia de la migración mexicana a EE. UU. se encuentran episodios interesantes, como el programa *Bracero*, que data del año 1941, y que surgió como consecuencia de la escasez de mano de obra agrícola estadounidense por la entrada de EE. UU. a la Segunda Guerra Mundial. En total -entre 1942 y 1964- aproximadamente 4.5 millones de jornaleros participaron en dicho programa. En su mayoría, se les daba trabajos temporales bajo contrato como braceros, recolectores y estibadores en granjas y empresas agrícolas. Entre 1947 y 1949, aproximadamente 74,600 trabajadores fueron contratados legalmente, mientras que 142,000 braceros indocumentados fueron contratados directamente por los empleadores (CRECE, 2000 citado en Ayvar y Armas, 2014: 81).

A pesar de la formalidad del programa, la migración ilegal de mexicanos aumentó y, junto con otros asuntos, la migración ilegal pasó a ser uno de los temas principales. Esta migración laboral fue muy importante para México, ya que, durante este periodo, la tasa de crecimiento económico aumentó más del promedio. A esto se le conoce como el “milagro económico mexicano”.

Este y otros periodos de buen flujo migratorio mexicano a EE. UU. eran objeto de políticas públicas de control fronterizo y restricción. Una de las leyes más agresivas en cuanto a la delimitación de fronteras fue la Ley Simpson-Rodino, promulgada en 1986, con la intención de recuperar al control de las fronteras. Entre sus cláusulas, destaca el ordenamiento legal de los extranjeros para trabajar en Estados Unidos. Es decir, que a los empleadores que quisieran contratar trabajadores extranjeros, se les pedía hacerlo tramitando la documentación legal necesaria de sus empleados para residir en EE. UU. (García, 1987). Por otro lado, se

contemplaban severas sanciones a las personas que falsificaban sus documentos y a las personas que ayudaban en la falsificación. Por último, esta ley contemplaba un aumento al presupuesto a la Patrulla Fronteriza, con la finalidad de un control fronterizo óptimo.

A partir de 2001, tras el atentado terrorista contra el World Trade Center en Nueva York y el Pentágono, el 11 de septiembre del 2001, mejor conocido como 9/11, se cambió por completo el concepto de seguridad en los Estados Unidos. El control fronterizo y la seguridad nacional se convirtieron en un asunto prioritario y se materializó en la creación de un consejo de seguridad, el *Department of Homeland Security* (DHS) cuya función era la efectiva ayuda al combate del terrorismo a través de políticas y prácticas más efectivas de inmigración, mejorando los canales de información vital entre organismos federales (*Office of the Press Secretary*, citado en Cortés, 2003). Este Consejo tiene responsabilidades en materia de antiterrorismo, aduanas, inmigración, seguridad fronteriza y más. Desde su creación, el control fronterizo se convirtió en un tema cada vez más importante. El DHS fue el legado de George W. Bush a sus sucesores y a través de los años, ha pasado por reformas para su óptimo funcionamiento.

El fenómeno de la migración es un proceso evolutivo, y entender las causas, las raíces y todas sus aristas es un proceso de interés para muchos. Por ejemplo, la violación a derechos humanos durante el trayecto del migrante es de interés para organismos de la sociedad civil (OSC) y organismos que velan por los DD.HH. Por otro lado, entender el fenómeno de la migración es de interés para los distintos medios de comunicación, que tienen un objetivo para tomar este fenómeno y mediatizarlo.

Los distintos medios de comunicación se apropian de este fenómeno con ciertas finalidades. En un principio, es desnudar el fenómeno y dejarlo al escrutinio público para que la población sea consciente de la migración. Pero es que, detrás de todo esto, existe un mecanismo en el cual los medios publican con objetivos específicos; uno de ellos puede ser, generar empatía con el fenómeno migratorio o un total rechazo a éste. Dentro de estos objetivos, personalidades y autoridades involucradas en el proceso migratorio, como los mandatarios, entran en juego y, junto con los medios, pueden crear una imagen específica acerca de los presidentes. Esta imagen es creada por diversos motivos, entre ellos, la inclinación o el sesgo político del medio.

Las noticias que se presentan al público pueden tener un cierto grado de modificación a lo que realmente es; todo debido a la preferencia política del medio y a la preferencia de

ciertos líderes de estado, entre otras situaciones. Los medios de comunicación construyen una imagen del líder frente al fenómeno migratorio. Lo que se presenta a ojos del público muchas veces es un constructo intencionalmente creado para ver la realidad de acuerdo con un grupo de intereses específicos.

### **Parte uno: las políticas migratorias de barack obama y donald trump**

Las administraciones de Barack Obama y la actual, de Donald Trump, son excelentes ejemplos para entender el papel de los medios de comunicación en la construcción intencionalmente creada de los mandatarios. El hecho de escoger estas administraciones es con la finalidad de analizar el fenómeno en su versión más actualizada. Y también, porque es durante estas dos administraciones que los medios de comunicación, con el apoyo de las TIC, han facilitado la divulgación de información al punto de llegar a la palma de nuestras manos, a través de las distintas redes sociales, donde se puede encontrar un sinnúmero de notas acerca de la migración y distintas posturas de ésta.

Para realizar el análisis, es pertinente comprender un par de cosas primero. Entre ellas, la realidad de las políticas migratorias de ambos presidentes, su discurso político y algunos datos oficiales.

### **Política migratoria de obama**

Entender la política migratoria de Obama resulta difícil si se toma como referencia el discurso que planteaba durante su administración. Pues, constantemente manifestaba apoyo a los migrantes indocumentados y a la comunidad latina en EE. UU., los cuales jugaron un papel significativo en la elección y reelección en 2012 (69% de los hispanos había votado por él) (Ortega, 2015). Y tomando en cuenta que diversos medios exponían constantemente sus buenas acciones en materia migratoria y de derechos humanos, durante su periodo presidencial se creó una imagen tan positiva del mandatario, que era casi imposible ignorarla. Era habitual encontrar artículos de opinión, fotos, entrevistas e imágenes del mandatario siendo galardonado por los distintos medios de comunicación. Sin embargo, durante su administración se abrió camino a una política antimigrante que se expresó en distintos programas, en reformas migratorias, así como en el aumento de efectivos de la patrulla fronteriza que condujeron a uno de los períodos de mayor deportación en mucho tiempo.

Su política migratoria estuvo enfocada a reforzar la seguridad de la frontera a través de los recursos del Departamento de Seguridad Nacional (DHS), con el fin de potenciar el mecanismo

de captura de personas que intentaban ingresar ilegalmente a Estados Unidos. Por otro lado, el programa de *Comunidades Seguras*, propuesto por su homólogo antecesor George W. Bush, se reemplazó con un nuevo programa que daba prioridad a la aplicación de ley. Se dio una exhaustiva revisión a las deportaciones, con el fin de dar la máxima prioridad a aquellas, por amenazas a la seguridad nacional: a convictos criminales, miembros de pandillas; en segundo lugar, a convictos por delitos menores, a los migrantes que entraron de manera irregular; y en tercer lugar, a los que no han cometido ningún delito pero que no han cumplido con las órdenes de entrada y salida formales.

Durante su administración se abrió camino a dos importantes programas en materia migratoria: El programa de Acción Diferida para los Llegados en la Infancia (DACA) y el programa de Acción Diferida a Padres Estadounidenses y de Residentes Permanentes Legales (DAPA). El primero funciona eligiendo a quienes eran menores de 31 años para el 15 de junio de 2012, para quienes hayan entrado a Estados Unidos antes del 15 de junio del 2007 y que fueran menores de 16 años cuando entraron al país. Con la acción se amplía a los que entraron al país antes de los 16 años, y no tan solo a los que nacieron antes del 15 de junio de 1981. También se ajusta la fecha de entrada al país del 15 de junio de 2007 al 1o. de enero de 2010. Esta ayuda, incluyendo la autorización de empleo, tendría una duración de tres años en lugar de dos (Ortega, 2015).

Bajo el programa DAPA, la acción de los padres indocumentados de hijos ciudadanos estadounidenses o de residentes permanentes legales (portando la *green card*) que habían vivido en EE. UU. desde el 1 de enero de 2010, estarían en posibilidad de solicitar permiso de trabajo para permanecer en Estados Unidos por un periodo de tres años. Sin embargo, existen ciertas condiciones, como que hayan residido en el país por lo menos cinco años y que no sean sujetos de las prioridades de deportación bajo la nueva política antes mencionada. También, dentro de esta administración se contempló la "migración calificada", a través de una serie de acciones administrativas que buscaban mejorar la forma en que las empresas de EE. UU. contrataban a los trabajadores extranjeros capacitados.

Obama, como mandatario, tenía mecanismos para detener las deportaciones. Una de ellas es la *acción diferida*, facultad para diferir en la deportación de ciertos individuos en un acto de discreción fiscal. Acción propia del DHS, sin embargo, Obama hizo uso de este mecanismo a través de la implementación de programas como DACA y DAPA, en su acción ejecutiva sobre migración en noviembre de 2014 (Ortega, 2015). Es importante recalcar que el Poder Ejecutivo a través del DHS, tiene la autoridad de decidir cómo conducir los recursos para

hacer cumplir las leyes migratorias. Es decir, que cuenta con una discreción bastante extensa para tomar acción en el cumplimiento de las leyes. Esta discreción es un rasgo principal del sistema de deportación (Ortega, 2015).

Las deportaciones durante esta administración alcanzaron cifras alarmantes, alrededor de 418,000 en 2012 y 438,000 en 2013 (Ortega, 2015). El ritmo de las deportaciones fue tan acelerado que medios de comunicación y personalidades de relevancia internacional empezaron a acuñar el término '*deportador en jefe*'. Y es que este término se generó en un discurso donde se criticaba fuertemente al expresidente. Se argumentaba que uno de cada cuatro deportados era padre o madre de un niño ciudadano. El argumento de Obama frente a las duras críticas acerca de la política de deportación fue: "No puedo ignorar estas leyes, como no puedo ignorar ninguna otra ley" (Villafuerte y García, 2017:48).

El 2013 fue el año pico de deportaciones por parte de Obama. A partir de 2014 empezaron a disminuir de 435,000 a 414,000, sin embargo, no es sino hasta 2015 cuando se ve una disminución considerable con 235,413 y así sucesivamente hasta su salida en 2016 (Clemente, 2016). Durante su administración, a pesar de la masiva deportación de inmigrantes, Obama pedía constantemente que se revisara la posibilidad de ejecutar la ley de la manera más humana posible. Sin embargo, pese a la retórica utilizada por el exmandatario, la realidad es que ante el cumplimiento de la ley no había parcialidad. Y es que la política migratoria de Barack Obama tiene esta característica especial, que a pesar de que fue una política migratoria igual de propagandista que la de su sucesor Trump (cada una con sus propias características), Obama siempre mantuvo un buen nivel de discreción en cuanto a la ejecución de leyes y una amplia propaganda de su discurso incluyente con la comunidad latina, migrante y de derechos humanos.

### **Política migratoria de trump**

La política migratoria y las intenciones del presidente Trump en la relación bilateral México-EE.UU. han sido muy claras desde el inicio. Empezando por su discurso en el cual anunciaba su candidatura a la presidencia en junio de 2015, Donald Trump declaró:

Construiré un gran muro -y nadie construye muros mejor que yo, créeme- y los construiré a muy bajo costo. Construiré una gran muralla en nuestra frontera sur y haré que México pague por esa pared. Marca mis palabras (Donald Trump, junio de 2015, citado en Gilmartin, Burke & O'Callaghan, 2018).

La promesa del muro constituyó un punto central en la popularidad de Donald Trump en tiempos de campaña y junto al slogan *Make America Great Again* fueron las estrategias mejor utilizadas por el actual presidente para alentar a la sociedad norteamericana a votar. Aquel muro fronterizo tenía la intención de cubrir la frontera sur en su totalidad y se percibía como la pieza clave para detener actividades delictivas como el tráfico de drogas, la migración ilegal, etc. Incluso, el muro tenía la intención de ejercer una “prohibición de viajar” pues se esperaba que retrasara el tráfico vehicular y peatonal.

Cabe mencionar que esta propuesta de construcción de un muro fronterizo tiene precedentes. En 1990, esta propuesta ya estaba en marcha y para ese año se construyó un muro de 22 km en la ciudad de San Diego (García, 2017). La propuesta se continuó bajo la administración de Clinton, en 1994, con la denominada *Operación Guardián* en el estado de California; en 1995, con la *Operación Salvaguarda*; y para 1996, con la aprobación del gobierno federal se continuó con la construcción del muro fronterizo en otras partes de la frontera (García, 2017).

Otro antecedente fue la ley HR 4437 o mejor conocida como la *Ley Sensenbrenner*, impulsada por el senador del estado de Wisconsin: James Sensenbrenner en 2005, considerada como una de las leyes más extremas en materia de migración (Carrasco, 2017:184). Otro antecedente importante de este muro fronterizo es la denominada *Ley del muro*, bajo la administración de George W. Bush, en 2006, ley que autorizaba la construcción de un muro de más de 1,000 kilómetros de frontera con el Estado Mexicano (El País, 2006). Este anuncio fue criticado por el expresidente mexicano Vicente Fox, designando a este como un acto de hipocresía entre naciones vecinas.

Trump, ante su retórica antinmigrante, emitió una orden ejecutiva en enero de 2017 con el título de “mejoras de seguridad fronteriza y de inmigración”, que básicamente declaraba la intención de hacer real aquel muro a lo largo de la frontera sur (La Casa Blanca, 2017<sup>a</sup>, citado en Gilmartin, Burke & O’Callaghan 2018: 25). Durante los meses siguientes, las amenazas no disminuyeron, pues Trump presentó presupuestos, planos y sugerencias para el pago del muro, que incluso sugerían la aplicación de un impuesto de importación de 20% a los productos mexicanos para ayudar al pago de los costos de la construcción (La Casa Blanca, 2017<sup>a</sup>, citado en Gilmartin, Burke & O’Callaghan 2018: 25).

A propósito de este último punto, para junio del 2018, esta amenaza de subir los aranceles a productos mexicanos se hizo real. El presidente Trump declaró que subiría los aranceles, si México no controlaba su frontera sur registrando y controlando efectivamente las entradas.



Con esta declaración, el Estado mexicano tomó la decisión de militarizar la frontera sur, con la finalidad de desactivar aquella bomba arancelaria.

Por otro lado, en cuanto a estadísticas y datos duros, sorprendería saber lo que aconteció a inicios de la presidencia de Trump.

Para el año 2017, las detenciones y deportaciones de mexicanos declinaron en comparación con la población centroamericana. Según estadísticas publicadas por el Pew Research Center, cerca de 130,000 aprehensiones fueron realizadas en 2017, lo que representa el número de detenciones más bajo en comparación con 2007, donde se realizaron 809,000 detenciones. Fue una caída de más de 80% (Pew Research Center, 2018). De igual manera, las deportaciones parecen haber disminuido durante esta administración. El número de inmigrantes deportados disminuyó 17% entre el año fiscal 2016 y el año fiscal 2017 por el Servicio de Inmigración y Control de Aduanas de EE. UU. dentro del DHS (Pew Research Center, 2018). Por último, hay que mencionar que para 2018, cerca de 700,000 adultos jóvenes que llegaron a Estados Unidos cuando eran niños, fueron acreedores del programa DACA creado por Obama, siendo que, en 2017, en palabras de Trump, el programa iba a terminar (Pew Research Center, 2018).

Cabe destacar que el emblemático muro es mucho más que la simple construcción de la barrera, tiene que ver con el ideal político que el presidente plantea, en el sentido que el muro afirma la *soberanía nacional* de Estados Unidos. Esta noción, junto con la de “*amenazas a la seguridad*”, son las reformas a un régimen que abre la puerta al realismo clásico; que sugiere un replanteamiento de nociones como soberanía y poder; que muestra una preferencia por el poder coercitivo; y que replantea significativamente el concepto de las fronteras. Pues la frontera como medio efectivo de control migratorio fue un símbolo clave durante la campaña electoral, usado para ganar popularidad en el público étnico blanco. Y es también una estrategia que busca invocar el miedo a la migración ilegal, que sugiere un retorno a la pretendida *supremacía nacional* de los Estados Unidos. “Trump declaró que ‘una nación sin fronteras no es una nación’” (Gilmartin, Burke & O’Callaghan 2018: 27).

Por último, cabe mencionar que su popularidad no era exclusiva en el territorio norteamericano, sino que tenía aprobación por otras naciones alrededor del mundo. Según datos del Pew Research Center, para el año 2019, países como Israel, Filipinas, Corea del Sur, Ucrania, entre otros, expresaron una opinión favorable acerca de los Estados Unidos. La aprobación de EE. UU. al final del mandato de Obama era en promedio 64%. Trump, al inicio de su presidencia estaba en 53%, sin embargo, este número ha crecido secuencialmente (Pew Research Center, 2020).

## **Parte dos: exposición de contenido teórico**

Ya que la realidad de ambas políticas migratorias ha sido expuesta, se procede a la esencia de este ensayo. La pregunta de investigación, así como las subpreguntas propias del ensayo completo se responden en esta sección: ¿Cuál es el papel de los medios de comunicación en la construcción de las decisiones y la imagen de un jefe de Estado frente al fenómeno migratorio? ¿La ideología del medio influye en la construcción de la imagen? ¿La inclinación política del medio es un factor determinante en este constructo de imagen?

Hacemos un recuento de lo expuesto líneas arriba. Los medios de comunicación juegan con la imagen del jefe de Estado, planteando una realidad al público que muchas veces está sujeta a un grupo de intereses y a un sesgo político. Para entender los mecanismos con que los medios modifican la realidad de las decisiones y de la imagen como tal, hay que partir de esta premisa:

Los medios de comunicación juegan un papel importante en la construcción de la relación gobierno-sociedad civil. El poder que tienen y que los ciudadanos de sociedades desarrolladas y subdesarrolladas le han delegado es tan grande que los gobiernos buscan entablar una buena relación con los distintos medios de comunicación para proyectar la imagen más deseable y favorable de su administración, con la finalidad de mantener una relación estable con la sociedad y de manera más profunda, un significativo control de masas. Por otro lado, el poder de estos puede ser capaz de quebrantar lazos, romper expectativas y abrir "realidades" todo a favor de los intereses a los que se sujeta el medio. (Lozano, 2013)

Es decir, los medios de comunicación manipulan la información en pequeña o gran medida y muchas veces lo que se mira, se lee y se escucha, son percepciones tergiversadas con un propósito de por medio, un propósito que está sesgado por la preferencia política a la que se sujeta el medio. Esta preferencia política puede ser abiertamente expresada (tanto en la cobertura de noticias como en la expresión fundamentada ante otros medios) o puede ser más discrecional, con tintes de agrado hacia un candidato o partido político, manteniendo cierta discreción que simula ser una imparcialidad entre diferentes ideologías políticas. Sin embargo, el sesgo político de los medios es una realidad y se define como:

La medida en que la cobertura de un candidato es mejor o peor en una salida, en comparación con la cobertura de todos los demás candidatos en esa salida y la cobertura de ese candidato en todas las demás salidas. (Druckman y Parkin 2005, citado en: Moritz, Wagner & Boomgaarden, 2017: 113).

El poder que tienen los medios de comunicación sobre el individuo y la sociedad es bastante amplio y contrarrestarlo con los hechos reales de las políticas de los jefes puede resultar complejo; pues los individuos prefieren enterarse de los hechos políticos a través de su medio preferido, al cual es más sencillo de acceder. Basta con encender el televisor, navegar en redes sociales para acceder a información que genera comodidad y confianza en los individuos. Lo que dice Lang Lang (citado en Lozano, 2013) sirve para entender mejor el último punto:

Sabemos, asimismo, que la mayor parte de lo que la gente sabe acerca de la vida política le llega de segunda mano e incluso de tercera mano a través de los medios de difusión. Los medios de comunicación estructuran un entorno político muy real, pero es un entorno que, incluso en los actuales tiempos de la TV sólo podemos conocer "a distancia". (Lang-Lang 1966, citado en: Lozano, 2013).

Ahora bien, ¿cuáles son estos mecanismos que utilizan los medios de comunicación para jugar con la realidad?

### **Fijación de la Agenda (Agenda Setting)**

Una de las teorías principales es la de *Agenda Setting*, que se traduce literalmente como 'fijación de la agenda' y se refiere al proceso de transferencia de la agenda de los medios a la agenda del público. Dicha transferencia versa tanto sobre temas o asuntos públicos (*issues*), como sobre la imagen o atributos sobresalientes vinculados con los objetos de atención de los medios; por ejemplo, los candidatos políticos (Casermeiro 2008, citado en: Lozano 2013: 20).

La *agenda setting* selecciona un conjunto de temas para formar parte de un índice o *agenda*. Bajo esta línea, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación seleccionan intencionalmente un índice de temas sobresalientes considerados relevantes, y estos temas que están en la agenda de los medios se trasladan a la agenda del público.

Lo que muestra esta teoría es la capacidad que tienen los medios de comunicación para escoger la información que se pretende difundir, dándole prioridad a la información que está sujeta a los intereses del medio y a la información que tiene más relevancia para el público. Es importante entender que la relación que los medios tienen con el público es primordial en esta teoría, pues los medios generan noticias con el fin de obtener mayor audiencia e impacto y esa misma audiencia es lo que mantiene activos a los medios de comunicación. Es como una especie de retroalimentación o una relación medios – público en la cual una depende de la otra.

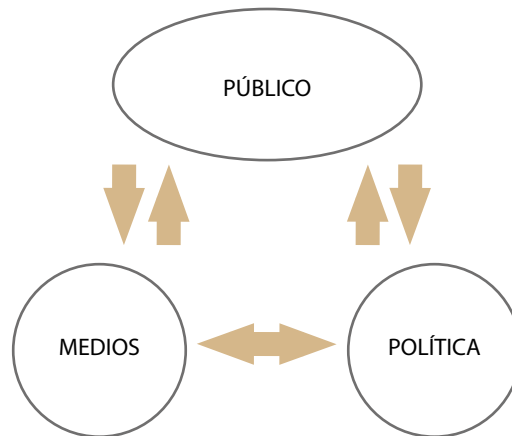
De acuerdo con esto se puede hablar de tres tipos de agendas:

Agenda pública: Lo que el público considera importante.

Agenda mediática: Lo que los medios establecen que es importante.

Agenda política: Lo que los jefes de estado consideran importante.

En el siguiente gráfico se pueden apreciar estos tres tipos de agendas:



Fuente: Elaboración propia

Dentro de esta misma teoría existe un segundo nivel llamado agenda de los atributos. En este nivel se abren los estudios acerca de la agenda y se examinan los aspectos con que los medios encuadran los temas de relevancia. La agenda de atributos examina de qué manera la cobertura de las noticias de los medios afecta tanto a los temas sobre los que el público piensa y también a la manera *cómo* piensa acerca de ellos. Es decir, qué piensa y cómo piensa de los temas o problemas planteados por los medios (Lozano, 2013: 26).

En palabras del propio autor de la teoría, McCombs dice:

Más allá de la agenda de objetos, hay otro nivel del establecimiento de agenda que debemos considerar. Cada uno de dichos objetos tiene numerosos atributos, esas características y propiedades completan su imagen. Igual que la relevancia de los objetos va variando, también lo hace la de los atributos de cada objeto. En la teoría de la *agenda setting*, el atributo es un término genérico que engloba toda la gama de propiedades y rasgos que caracterizan a un objeto (McCombs 2006, citado en Lozano, 2013: 27).

Este nivel lo que plantea es la transferencia de relevancia de atributos que pasan de una agenda a otra. Los atributos dan cuenta de un conjunto de percepciones que los periodistas

y el público emplean para pensar en ese objeto o personaje público, para encuadrarlo dentro de ciertas características (Lozano, 2013 :27). La prensa y en concreto los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la determinación de los rasgos que destacan de los candidatos. La imagen de los candidatos es decisiva para el voto de los ciudadanos en periodo electoral; la influencia mediática afecta más en las percepciones que los ciudadanos generan de los candidatos más de lo que las propuestas en sentido formal pueden hacerlo.

La fijación de las distintas imágenes de los candidatos es un proceso muy interesante y en él fluctúa un conjunto de circunstancias, entre las que se encuentran principalmente la selección de los atributos de los candidatos. Por otro lado, también juegan un papel importante los hábitos de consumo mediático de la gente, el grado de opinión y conversación que las personas tienen acerca de las elecciones, el nivel de motivación que tienen acerca de las elecciones y la información previa con la que cuentan los ciudadanos.

### **El concepto del encuadre (framing)**

El concepto de *framing* (encuadre) remite a la forma en que los fotógrafos encuadran una toma, por cuanto la manera en que los medios focalizan a los actores de las noticias es parte de la construcción de lo que Lippmann llamó las *imágenes mentales* del público (Lozano, 2013). Este concepto de encuadre se vincula, de manera singular en el proceso del segundo nivel de la teoría de la *agenda setting* del proceso de aplicación de atributos a los candidatos. El *framing* sirve para estudiar si este encuadre que hacen los medios acerca de las noticias que transmiten se transfiere al encuadre que el público hace sobre éstas.

Belén Amadeo es una de las personalidades que evidencia diferencias entre ambas teorías. Realiza un análisis de ambas teorías diciendo:

El *framing* analiza el proceso por el cual las cogniciones previas de los individuos interpretan una situación novedosa que le presentan los medios de comunicación. La *agenda setting*, por su parte, analiza el resultado de ese proceso, estudia la cantidad de influencia que tuvo un mensaje sobre la opinión pública, pero no los pasos que se siguen para lograr esa influencia. Ese sería el terreno de la teoría del *framing*. Mientras la *agenda setting* se centra en los contenidos de los medios en la opinión pública, el *framing* estudia los marcos que sostienen la información que transmiten los medios. (Amadeo 1999, citado en Lozano 2013).

La teoría del *framing* es bastante útil para entender la manera en que los medios de comunicación juegan con la realidad y la imagen de los políticos. Es muy sencillo entender que la manera en que se enmarca un tema marca una línea de pensamiento o un camino por el cual se centrará la atención del público. Se puede hablar de la misma noticia, pero el marco indica la pauta de pensamiento acerca de la noticia. Ahí radica la creatividad de las personas que se encuentran detrás de los medios de comunicación. Y este es un proceso bastante interesante pues, al realizar el *frame*, entran en juego los objetivos de los medios de comunicación y por supuesto, el posible sesgo político que pueda tener el medio. Y ahí mismo entra también, el proceso de contrastar esos *frames* que plasman los medios de comunicación, con los *frames* personales que el individuo tiene.

### **Parte tres: estudio de casos**

El lingüista George Lakoff en su libro *No pienses en un elefante*, explica los valores que conforman al partido republicano y a los progresistas, argumentando que cada partido se basa en un modelo de familia. Por un lado, el republicano es tradicional, es el padre estricto que educa a sus hijos diciéndoles que las cosas tienen un valor y deben ganárselas. Por otro lado, los progresistas utilizan el modelo del Progenitor Protector (Lakoff, 2004) que, a grandes rasgos, es alguien que encamina a sus hijos al bien, que no castiga, sino que inspira e instruye.

También, el lingüista argumenta que en el cerebro se activan marcos que se encuentran en el inconsciente, que nos permiten pensar de una manera u otra. Los marcos son estructuras mentales que conforman nuestra manera de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que tomamos por bueno o por malo de nuestras acciones (Lakoff, 2004).

Los marcos no se ven ni se oyen. Forman parte de lo que los científicos llaman el inconsciente cognitivo; se trata de estructuras de nuestro cerebro a las que no podemos acceder de manera consciente, pero que conocemos a través de sus consecuencias: la forma en que razonamos y lo que consideramos sentido común. (Lakoff, 2004)

Por eso, al leer una nota, cuando analizamos una situación, cuando votamos y en general, cuando hacemos cualquier actividad, estos marcos nos hacen pensar de una manera determinada y nos permiten decidir entre una cosa u otra.

## Caso uno

*The New York Times*

### *Obama Plan May Allow Millions of Immigrants to Stay and Work in U.S.*

Encabezado del diario *The New York Times*. (13 de noviembre 2014).

Este artículo, publicado en 2014, habla del plan del expresidente Obama, en materia migratoria, de dar protección de migrantes no autorizados que viven en los EE. UU. Esa fue una realidad, Obama manejaba un discurso promigrante, progresista, que brindaba oportunidades para los llegados en la infancia e hijos de migrantes no autorizados. Sin embargo, al leer este artículo, se cae en la cuenta de que la línea de pensamiento marcada o el *frame* va por dos sentidos. Uno, el exaltamiento de los valores propios de los progresistas, en este caso, los demócratas. ¿Cuáles son estos valores? Oportunidades para todos, protección del individuo, la creación de programas sociales, entre muchos otros. Y en este artículo se pueden encontrar palabras que describen a un presidente preocupado por los migrantes, haciendo un énfasis mayor a los jóvenes migrantes, soñadores, el futuro de una nación que se conforma por gente buena de todo el mundo. Estas características se perciben de manera totalmente inconsciente. Ahí radica la habilidad de los medios para encuadrar la noticia y moldear la manera en que pensamos de un presidente. Utilizar los valores de los partidos políticos y después, encuadrar la noticia, planteando una línea de pensamiento. ¿Sesgo político? Probablemente. El *New York Times* se ha caracterizado por tener cierta inclinación política al partido demócrata y una preferencia hacia Obama.

Mr. Obama's actions will also expand opportunities for legal immigrants who have high-tech skills, shift extra security resources to the nation's southern border, revamp a controversial immigration enforcement program called [Secure Communities](#), and provide clearer guidance to the agencies that enforce immigration laws about who should be a low priority for deportation, especially those with strong family ties and no serious criminal history.

Fuente: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

Aquí se citan estos valores progresistas que se mencionan líneas arriba. Y esta nota quiere resaltar un par de cosas. Por un lado, que habrá oportunidades para los migrantes que

tengan talento y que se les apoyará para residir en aquella nación que hará sus sueños realidad, dando prioridad también a las familias. Por otro lado, la nota radicaliza las acciones del partido republicano, haciendo ver a éste como el alguacil malhumorado que no quiere a los migrantes, que es anticuado, que no tiene valores progresistas ni cree en un mundo multicultural.

In the Senate, a group of Republicans — led by Mr. Cruz, Senator Mike Lee of Utah and Senator Jeff Sessions of Alabama — is already planning to thwart any executive action on immigration. The senators are hoping to rally their fellow Republicans to oppose efforts to pass a budget next month unless it prohibits the president from enacting what they call “executive amnesty” for people in the country illegally.

Fuente: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

Este texto del *New York Times* expone los valores del partido republicano. Y al respecto de los programas sociales y el interés del partido republicano el lingüista argumenta:

Pensemos en lo que supone para todo esto para los programas sociales. Es inmoral dar a la gente cosas que no han ganado, porque entonces no desarrollarán disciplina y se convertirán en personas tanto dependientes como inmorales. Esta teoría afirma que los programas sociales son necesarios, y en cambio estas personas creen que estos programas son inmorales (Lakoff, 2004).

De ahí que estas intenciones de negar el presupuesto, así como rechazar la propuesta de alojar a migrantes sea parte de la agenda del partido republicano. ¿Por qué pondría énfasis en esto el *Times*? Para decir que los republicanos no empatizan con los migrantes, que éstos no se encuentran en su radar de interés y que no se han ganado sus derechos. En nuestra cabeza se activan esas percepciones mediante el marco.

## **Caso dos**

Entendiendo estos conceptos del *frame* y los marcos que se activan en nuestro cerebro de manera inconsciente, cabe argumentar que también reconocemos los marcos en el lenguaje, ya que todas las palabras se definen en relación con un marco conceptual. Cuando oímos una palabra, su marco (o conjunto de marcos) se activa en nuestro cerebro (Lakoff, 2004).

A continuación, se cita un artículo publicado por el noticiero *Univisión*. En este noticiero, que día con día transmite noticias de toda índole, se puede notar su especialización en la inmigración. Existe esta palabra como sección en el sitio web, en éste aparecen noticias en



materia migratoria y súbitamente noticias que reflejan cierta desaprobación hacia Donald Trump.



Fuente: *Univisión*, 20 de noviembre de 2018. [www.univision.com](http://www.univision.com)

De acuerdo con la imagen, ¿qué evoca este título? Para empezar, que existe un héroe, el juez, que revocó la orden de Trump, quien pretendía negar el asilo a los migrantes que cruzan la frontera de manera ilegal. Y para que exista un héroe, debe existir un villano, ¿quién? -Trump, quien quiere dejar a los migrantes imposibilitados de asilo negándoles este derecho.

Se puede caer en la cuenta, fácilmente, de que tal vez este juez que negó la orden pertenecía al partido demócrata, ¿sesgo político? Puede ser, pero el título de pronto hace pensar en Trump como un ser desalmado, que no empatiza con los migrantes; como el villano que hará todo lo que esté en sus manos para resguardar, de la amaneza externa, a la gran América. Aquí precisamente se encuentra el *frame* o el marco, la *línea de pensamiento* acerca de un hecho. Y es que el hecho como tal, no cambia. Trump no quiere conceder asilo a los migrantes que cruzan la frontera de manera irregular. Sin embargo, *Univisión* plantea a un Trump villano que afortunadamente tiene las manos atadas por el juez héroe que bloquea su coerción.

Entender por qué o cómo funcionan los marcos no es un proceso sencillo. No sabemos por qué cuando leemos una nota periodística o un artículo pensamos negativamente en Trump o, en ocasiones, de manera positiva. Es algo que está en nuestras estructuras mentales, en los marcos que se activan en el cerebro. Este proceso es bien utilizado por los medios. Encuadran la manera en la que debemos reflexionar acerca de una situación. Utilizan el lenguaje indicado, activando esos marcos que existen en nuestro cerebro para pensar en nociones específicas acerca de un hecho. En este caso, pensamos en un Trump villano que no quiere a los migrantes, y a un héroe en el congreso que bloquea la acción de este señor sin corazón. Cuando en realidad, como ya se expuso líneas arriba, las estadísticas muestran que el índice de detenciones y deportaciones bajaron en comparación con el exmandatario Obama, quien manejaba un discurso más amigable con los migrantes.

¿Por qué *Univisión* publicaría algo así? Detrás de este importante noticiero se encuentran personalidades como *Jorge Ramos*, periodista y escritor mexicano-estadounidense, reconocido por su trayectoria como periodista y noticiero de *Univisión*, que ha recibido premios por su carrera, ha entrevistado a un sinnúmero de personalidades políticas, incluidos Barack Obama y Donald Trump. Ramos es un migrante que ha tenido éxito en los EE. UU. y tiene el propósito de demostrar que un latino puede encontrar el éxito en este país. Ahora, esto determina en gran manera el contenido que se filtra en el medio.

## **Conclusiones**

Los medios de comunicación moldean la imagen de los jefes de Estado y de manera más profunda, estructuran una amplia realidad, la cual es difícil de escapar. El contenido que día con día, momento tras momento presentan, se filtra en la mente de los individuos de una sociedad que está cada vez más interconectada; y aunque los individuos aseguren no dejarse llevar por el contenido, hay algo en su comportamiento que se ve influenciado, en cierta medida, por el poder que ejercen los medios.

Gran parte de la realidad del fenómeno migratorio que se conoce es a través de los distintos medios de comunicación, y en una sociedad en la que cada vez es más fácil acceder a la información debido al gran auge tecnológico, al individuo se le orilla a no tener por verdadero otra cosa que no sea la cortina de noticias que publican los medios. El individuo se vuelve dependiente de la proyección que ellos realizan, se envuelve en esa realidad llena de constructos e imágenes de los líderes políticos actuales, en la cual asimila el escenario político que estructuran los medios, dejando al individuo mirando una realidad que muchas veces está sujeta a un grupo de intereses específicos y al sesgo político por parte de estos mismos. Si bien el puente que comunica a la política y la sociedad nunca se ha construido bien, y en algunas sociedades es inexistente, los medios de comunicación actúan precisamente como ese puente entre sociedad y gobierno. Los medios son el punto medio entre estos dos polos, pero es el punto más fuerte, pues ambos le delegan poder.

De acuerdo con un tema tan relevante de orden internacional como el fenómeno migratorio, se tiene que tomar la iniciativa de mirar más allá de lo que publican los medios de comunicación. Si bien, contrastar la realidad de las políticas migratorias con lo que los medios publican es una tarea compleja que incluso puede resultar agobiante, es pertinente realizar ese esfuerzo para obtener la imagen correcta de la situación.

Esta es la oportunidad para políticos, profesionistas y en general de ciudadanos que habitan países democráticos, para abrirse a ese gran mundo de imágenes construidas para descartar aquellas que parezcan irreales, con la finalidad de asimilar el escenario político correcto. Es importante entender que, aunque el punto de los medios es el más fuerte en el círculo vicioso *público – medios – política*, realmente es el público el que da soporte a los medios, pues es el punto donde la gran masa de personas está contenida. Por lo tanto, en el momento en el que cada integrante de ese público reaccione ante las imágenes intencionalmente construidas por parte de los medios, será el momento en el que éstos comiencen a construir la imagen correcta de los líderes de Estado y del escenario político en conjunto.

## Referencias

- Ayvar, F. J. y Armas, E. (2014). El flujo migratorio en México: Un análisis histórico a partir de indicadores socioeconómicos. Revista *CIMEXUS*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5425990.pdf>
- Carrasco, G. (2017). La política migratoria de Donald Trump. En *Alegatos*. Recuperado de: <http://alegatos.azc.uam.mx/index.php/ra/article/download/71/68>
- Clemente, A. (2016). Con 2.8 millones, Obama es el que más ha deportado indocumentados. En *El Financiero*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/nacional/con-millones-obama-es-el-que-mas-ha-deportado-indocumentados>
- Cortés, M. (2003). Política inmigratoria de México y Estados Unidos y algunas de sus consecuencias. En *SciELO*. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-39252003000200001](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-39252003000200001)
- El País. (2006). Bush firma la ley que autoriza el muro fronterizo de 1.100 kilómetros entre México y EE UU. En *El País*. Recuperado de: [https://elpais.com/internacional/2006/10/26/actualidad/1161813608\\_850215.html](https://elpais.com/internacional/2006/10/26/actualidad/1161813608_850215.html)
- García, N. (2017). La historia del muro se remonta al 1990. En *Agencia Latinoamericana de Información*. Recuperado de: <https://www.alainet.org/es/articulo/185011>
- García, V. C. (1987). BREVE ANÁLISIS DE LA LEY SIMPSON-RODINO. En Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Recuperado de: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3343/11.pdf>

- Gilmartin, M., Burke, P. & O'Callaghan, C. (2018). *Borders, mobility and belonging in the era of Brexit and Trump*. United Kingdom: Policy press
- Lakoff, G. (2004). *No pienses en un elefante*. Estados Unidos: Chelsea Green Publishing
- Lozano, N. (2013). Los medios como formadores de la imagen de los políticos. Tesis de Maestría. Universidad Católica Argentina, Facultad de Ciencias Sociales, Políticas y de la Comunicación. Recuperado de: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/tesis/medios-formadores-imagen-politicos.pdf>
- Moritz, J., Wagner, M. & Boomgaarden, H. G. (2017). Are Perceptions of Candidate Traits Shaped by the Media? The Effects of Three Types of Media Bias. *The International Journal of Press/Politic*. Recuperado de: file:///C:/Users/acer/Downloads/Are%20Perceptions%20of%20Candidate%20shaped%20by%20media%20(3).pdf
- Ortega, E. (2015). La acción ejecutiva de Barack Obama en materia migratoria de 2014. En *SciELO*. Recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S004186332015000300013&fbclid=IwAR0CRKF9W-6\\_MipATbAGf27fy-Di6W4U2XpSpbHKenRB0nsrFchd6EiWnM#notas](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S004186332015000300013&fbclid=IwAR0CRKF9W-6_MipATbAGf27fy-Di6W4U2XpSpbHKenRB0nsrFchd6EiWnM#notas)
- Pew Research Center. (2018). U.S Unauthorized Immigrant Total Dips to Lowest Level in a Decade. En *Pew Research Center*. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/hispanic/2018/11/27/u-s-unauthorized-immigrant-total-dips-to-lowest-level-in-a-decade/>
- Pew Research Center. (2019). Facts on Hispanics of Mexican origin in the United States, 2017. En *Pew Research Center*. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/hispanic/fact-sheet/u-s-hispanics-facts-on-mexican-origin-latinos/>
- Pew Research Center. (2020). How people around the world see the U.S. and Donald Trump in 10 charts. En *Pew Research Center*. Recuperado de: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/01/08/how-people-around-the-world-see-the-u-s-and-donald-trump-in-10-charts/>
- Tuirán, R. (2006). La migración mexicana hacia Estados Unidos: las reformas en puerta y los retos futuros. En *Papeles de población*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/112/11204802.pdf>
- Univisión. (2018). Juez bloquea la orden de Trump que niega el asilo a los migrantes que cruzan la frontera ilegalmente. En Univisión. Recuperado de: <https://www.univision.com/noticias/inmigracion/juez-bloquea-la-orden-ejecutiva-de-trump-que-niega-el-asilo-a-los-migrantes-que-llegan-a-la-frontera>
- Villafuerte, D. y García, M. C. (2017). La política antimigrante de Barack Obama y el programa Frontera Sur: consecuencias para la migración centroamericana. En *Migración y Desarrollo*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/660/66053147002.pdf>