



# Discurso & Sociedad

Copyright © 2022  
ISSN 1887-4606  
Vol. 16(1) 88-114  
[www.dissoc.org](http://www.dissoc.org)

---

*Artículo*

---

## **Imaginario social del lema ‘refugiado’ en las redes sociales de España**

*Social Imaginaries of the Lemma ‘Refugee’ within  
Social Media in Spain*

*Marisol del Teso Craviotto  
Berenice Acevedo  
Miami University of Ohio*

## Resumen

*En este artículo exploramos la idea de los imaginarios sociales examinando el caso específico de los refugiados. Dado que los imaginarios proporcionan un marco interpretativo para las realidades sociales, podemos esperar similitudes en los discursos sobre refugiados en dos contextos diferentes. Para poner a prueba nuestra hipótesis, hicimos una comparación entre los discursos sobre refugiados en la prensa (tal y como se desprende de una variedad de estudios empíricos), y los discursos sobre refugiados en redes sociales a partir de nuestro propio análisis de corpus de Facebook y Twitter en España. Los resultados muestran que en ambas redes sociales los discursos más importantes son el humanitario y el de la prevención, aunque el primero es más prevalente en Twitter y el segundo en Facebook. Las redes comparten estos discursos con la prensa, pero también muestran algunas diferencias, ya que tanto la defensa como el rechazo de los refugiados es más abierta que en los medios de comunicación de masas. Concluimos que tanto Facebook como Twitter muestran ser parte de un imaginario social común sobre los refugiados en España, pero al mismo tiempo son plataformas que transforman ese imaginario, sobre todo en el caso de Twitter.*

**Palabras clave:** Refugiados, redes sociales, España, Facebook, Twitter, lingüística del corpus

## Abstract

*In this article, we explore the idea of social imaginaries examining the specific case of refugees. Given that social imaginaries offer an interpretive frame for social realities, we may expect similarities in discourses about refugees in two different contexts. To test our hypothesis, we made a comparison between discourses about refugees in the press (as they appear in a variety of empirical studies), and discourses about refugees in social media with our own corpus study of Facebook and Twitter in Spain. Results show that in both social media, the humanitarian and the prevention discourses are the most relevant, although the former is more prevalent in Twitter, and the latter in Facebook. Social media share these discourses with the press, but they also show some differences, given that both the defense and the rejection of refugees is less restrained than in the mass media. We conclude that Facebook and Twitter seem to be part of a common social imaginary about refugees in Spain, but at the same time, they are platforms where that imaginary is transformed, especially in the case of Twitter.*

**Keywords:** Refugees, social media, Spain, Facebook, Twitter, corpus linguistics.

## Imaginarios sociales

El concepto de *imaginario social* fue acuñado por el economista, teórico social y filósofo Cornelius Castoriadis en 1965. En *L'Institution imaginaire de la société* (1975), Castoriadis propone la existencia de un imaginario radical que precede a la sociedad y la historia, y que solamente puede entenderse y explorarse a través de sus manifestaciones, sean estas el lenguaje, el arte, las señales de tráfico o los uniformes de trabajo. En el contexto americano, los imaginarios sociales han tenido un papel protagonista en el campo de la filosofía, especialmente a partir de la obra de Charles Taylor. En *Modern Social Imaginaries* (2004), Taylor plantea que el nuevo orden moral de la modernidad no fue simplemente un cambio de normas y expectativas, sino también un cambio mucho más profundo en la forma en que la gente se imagina a sí misma como seres humanos y como parte de la sociedad. Según el filósofo, la importancia de los imaginarios reside en su capacidad de poner a disposición de una sociedad una serie de acciones colectivas, aunque el carácter dinámico de los imaginarios siempre deja abierta la posibilidad de que un grupo se imagine a sí mismo de maneras alternativas. Desde nuestro punto de vista, uno de los aspectos más importantes de su teoría es que los imaginarios se manifiestan en imágenes, historias o leyendas, es decir, a través del discurso.

El concepto de imaginario social ha pasado a ser un punto de inflexión en la sociología, especialmente la europea. Podemos destacar la obra de Manfred Steger y Paul James (2011 y 2013), quienes reivindican el lugar central de los imaginarios en la interpretación del mundo social al incorporar los aspectos más intangibles de la vida social. En concreto, estos dos autores proponen que las narrativas e historias son constitutivas de una sociedad, y no un derivado secundario de otros dominios como la economía, la cultura o la política. En el mundo hispanohablante, la investigación de los imaginarios sociales ha sido liderada por los sociólogos Manuel Antonio Baeza (2008 y 2011) y Juan Luis Pintos (2004, 2005), quien define los imaginarios como “esquemas socialmente construidos que nos permiten percibir, explicar e intervenir en lo que en cada sistema social diferenciado se tenga por realidad” (2004, p. 20).

A pesar de las diferencias entre los autores, debidas en gran parte a las distintas disciplinas y corrientes teóricas en las que se encuadran sus propuestas, se pueden observar varias similitudes:

- Los imaginarios sociales proporcionan un marco para la comprensión de las realidades sociales.

- Los imaginarios son a la vez estáticos y dinámicos, es decir, tienen un papel constitutivo y a la vez son el origen de los cambios sociales.
- Los imaginarios sociales generan ideas que acaban naturalizándose en una determinada sociedad, de manera que no se cuestionan, y en muchas ocasiones, ni siquiera llegan a articularse de una forma más o menos consciente.
- El lenguaje es un punto privilegiado de acceso a los imaginarios sociales.

Dado el papel primordial del lenguaje en los imaginarios sociales, es un tanto sorprendente la ausencia de este concepto en estudios lingüísticos. Tampoco existe un número significativo de estudios que describan imaginarios sociales específicos. A pesar de esta escasez, en estos estudios se destaca el papel de los medios de comunicación en la transmisión y naturalización de los imaginarios sociales dominantes (Aravena y Baeza, 2017; Steger *et al.* 2013; Yépez-Reyes, 2018). Como afirma Gómez (2001),

Las evidencias básicas, de las que vivimos [...] provienen de las plurales referencias emitidas recursivamente por las instituciones que pugnan entre sí por definir realidades creíbles, entre ellas los media constituyen un poderoso foco de irradiación (204).

Nos proponemos aquí explorar la idea de los imaginarios sociales examinando el caso específico de los refugiados. Nuestra hipótesis de partida es que, dado que los imaginarios proporcionan un marco interpretativo para las realidades sociales, podemos esperar similitudes en los discursos sobre refugiados en dos contextos diferentes. Para poner a prueba nuestra hipótesis, hicimos una comparación entre los discursos sobre refugiados en la prensa (tal y como se desprende de una variedad de estudios empíricos), y los discursos sobre refugiados en redes sociales a partir de nuestro propio análisis. Pasamos ahora a resumir los principales resultados sobre el discurso de los refugiados en la prensa.

### **Los refugiados en la prensa**

La bibliografía sobre los medios de comunicación y el tratamiento discursivo de los refugiados y otras personas desplazadas es abundante y abarca un espacio geopolítico bastante variado. Gran parte de las referencias a refugiados se incluyen en estudios sobre migraciones, ya que la diferencia técnica entre refugiados y otros grupos es ignorada o considerada superflua en las prácticas discursivas estudiadas, hasta el punto de que incluso los medios de comunicación

llegan a caracterizar a un grupo alternativamente como refugiados e inmigrantes en un mismo texto (Martínez Lirola, 2021).

Sin embargo, existen cada vez más estudios exclusivamente sobre refugiados (para el contexto español, ver los volúmenes editados por Bañón *et al.* (2020) y por Bañón y Solves, (2021)). Su representación en la prensa es mayoritariamente negativa, deshumanizada y sin apenas presencia de la voz de los refugiados mismos (Luek *et al.* 2015). Destaca en estas investigaciones el estudio de las metáforas. Así, los refugiados son caracterizados como una carga y asociados a metáforas referentes a la naturaleza (ej. *marea, avalancha, lobo solitario, estampida*), a las enfermedades (ej. *hemorragia*), y a la literatura (ej. *drama, episodio, escenario*) (Cruz, 2020; Mukhortikova, 2018). Los refugiados son siempre conceptualizados como un exogrupo frente al que se manifiestan dos tipos de discursos: el humanitario y el xenófobo. En este sentido, su representación es incluso más restringida que la de los inmigrantes en general, ya que la asociación de los refugiados con otro tipo de discursos, como el de la educación o la economía, es prácticamente nula (Asensio y Carmona, 2020).

Dentro del discurso xenófobo, la forma específica de la hostilidad mostrada depende del contexto social e histórico en el que se producen las informaciones (Leudar *et al.*, 2008). En el sudeste asiático, por ejemplo, los medios de comunicación de diversos países involucrados (Malasia, Indonesia o Australia) han centrado su discurso en torno a cuestiones de legalidad y tráfico de seres humanos, sobre todo a partir de la decisión australiana de retener en centros de detención a todos los que llegan de forma irregular a sus costas. La representación discursiva de los refugiados y solicitantes de asilo se produce, como en el caso de otros grupos desplazados, a través de una clara división entre el exogrupo y el endogrupo, y dado el énfasis en el discurso de la legalidad, se multiplican las referencias a los solicitantes de asilo como “*queue jumpers*” (salta colas) o como “*illegal refugees*” (refugiados ilegales) (Bolte y Keong, 2014; Lueck, Due y Augoustinos, 2015). En el contexto europeo, en contraste, el discurso de los medios sobre los refugiados está más enfocado en la defensa o crítica de las políticas de actuación de la Unión Europea o de sus países miembros, así como en la difícil relación entre Turquía y la UE a raíz de la huida de millones de personas de Siria. De este modo, varios artículos han investigado la relación entre ideologías políticas y la representación de los refugiados en la prensa, y se ha observado la sinergia existente entre medios y poder político, que comparten tanto temas y argumentos (Özdora Akşak, 2020) como metáforas y otras estrategias discursivas (Linde-Usiekiewicz, 2020).

A pesar de la hostilidad más o menos abierta que se muestra en los medios de comunicación hacia los refugiados, también se pueden encontrar algunos casos de discurso periodístico humanitario, sobre todo en aquellos países situados en la periferia de los movimientos de población, como Portugal respecto a los refugiados sirios (Torkington y Perdigão Ribeiro, 2018) y Gran Bretaña respecto a los refugiados kosovares (Lakić, 2018). Sin embargo, el discurso humanitario no está exento de negatividad, ya que se representa a los refugiados como un grupo pasivo, desindividualizado y deshumanizado, trágico y victimizado (Özdora Akşak, 2020). De hecho, la negatividad se encuentra incluso en aquellos textos que dan voz propia a los solicitantes de asilo (Luek *et al.*, 2015) o en aquellos casos en que los refugiados aparecen representados positivamente, como en el caso del “héroe refugiado” (Heinkelmann-Wild *et al.*, 2019), ya que su valor está siempre definido en torno al *nosotros*. Además, como afirman estos autores, a pesar de la imagen positiva que puede desprenderse de estos casos, estas noticias acaban teniendo un efecto contraproducente, ya que dicha representación implica una separación entre los refugiados “buenos” y los “malos”.

También merece la pena destacar que no es solamente el contexto geopolítico el que influye en los discursos de la prensa sobre los refugiados, sino también el paso del tiempo. Los pocos estudios diacrónicos existentes sobre este tema han revelado ciertas continuidades a la vez que ciertas peculiaridades de las circunstancias de cada momento histórico (Gabrielatos y Baker, 2005; Lamb, 2014; KhosraviniK, 2009). Muy relevante nos parece la progresiva tendencia de la prensa a radicalizar su posición a medida que se alarga la presencia de refugiados en el país o en sus fronteras, pasando de un discurso humanitario y de apoyo a los refugiados, a un discurso de rechazo y de instigación al miedo, sobre todo en el caso de la prensa más conservadora (Al-Dabbagh y Amro, 2020; KhosraviNik, 2009; Tavassoli *et al.*, 2018).

Finalmente, aunque no vamos a presentar un análisis multimodal de los datos, queremos hacer una breve mención acerca de la estrecha relación entre lenguaje visual y lenguaje verbal en la prensa. Además de fomentar mensajes alarmistas, sobre todo a través de imágenes de masificación o criminalización, la prensa tiende a usar las imágenes para reflejar un lado más humano de los refugiados a través de fotografías de su vida diaria (Martín Cano y Ther, 2020) y para inspirar compasión a través de imágenes de niños y de las condiciones de miseria en la que viven los refugiados (Muñoz Reyes, 2021). Reconocemos que para entender Facebook o Twitter como una práctica discursiva necesitaríamos dar cuenta de los elementos visuales (imágenes, iconos, emojis, etc.) y también establecer los patrones interactivos en los que se enmarcan los mensajes sobre

refugiados. Sin embargo, consideramos suficiente el análisis del lenguaje verbal dado nuestro objetivo de comparar el discurso de las redes con el discurso de la prensa.

### **Los refugiados en las redes sociales**

Como hemos mencionado, existe una relativa abundancia de investigaciones sobre la representación de los refugiados en los medios de comunicación de masas. Estas tienden a centrarse en una sola parte del diálogo social, aquella que corresponde a la transmisión de ideologías hegemónicas a través de instituciones de poder como la prensa. Sin embargo, las redes sociales tienen un papel cada vez más crucial en ese diálogo social, y así es necesario que estudios sobre refugiados y otras personas desplazadas presten una mayor atención a las redes, sobre todo porque, como afirman KhosraviNik y Zia, “el flujo de textos lineal, unilateral y ‘de uno a muchos’ de los medios tradicionales se sustituye ahora por lo que parece un flujo de textos interactivo, participatorio y ‘de muchos a muchos’ que socava (por lo menos a nivel local) el supuesto poder tras los discursos de los medios de comunicación de masas” (2014, p.756). [Nuestra traducción]<sup>1</sup>.

A pesar de la relevancia de las redes sociales, pocas son las investigaciones que se han hecho de ellas desde una perspectiva discursiva, y muchas menos las que se centran en las personas desplazadas. En el campo de la comunicación, se ha demostrado que las noticias más compartidas en medios como Facebook o Twitter son aquellas con un alto contenido afectivo (especialmente si este es negativo), noticias sorprendentes o claramente distintivas, y aquellas con un mensaje simple o directo (Bednarek, 2016). De especial interés para nosotros es el hecho de que varios estudios vienen a confirmar el argumento de KhosraviNik y Zia (2014) sobre el papel de las redes sociales en la oposición a discursos hegemónicos. Así, estudios sobre redes sociales en lugares tan diversos como Nigeria (Chiluwa, 2012), Egipto (Hamdy y Gomaa, 2012), Guatemala (Harlow, 2011) o China (Wu y Fitzgerlad, 2021; Zhu, 2020) han demostrado la importancia de estos medios en la formación de movimientos sociales, en la inspiración y movilización de la gente, y en la creación de espacios de resistencia individual (de Fina, 2020). Por otro lado, las redes también permiten y fomentan una mayor libertad en la transmisión de mensajes de odio, incluyendo, como no es de sorprender, hacia los refugiados y otras personas desplazadas (Kopytowska y Chilton, 2018; Mullo, Falconí y Balseca, 2021; Mussolf, 2018).

## Hacia un imaginario social de los refugiados

La mayoría de los estudios sobre refugiados en la prensa comparten una premisa básica: la importancia de los medios de comunicación, y, en concreto, de la prensa, en dar forma al diálogo social sobre los movimientos de población (Bhatia, 2015; Bhatia y Jenks, 2019) y a la construcción identitaria de los migrantes mismos (Leudar *et al.*, 2008; Strani y Szczepaniak-Kozak, 2018). De hecho, algunos autores sugieren un vínculo causal entre medios e ideologías de rechazo a las personas desplazadas (Gabrielatos y Baker, 2008). Sin embargo, dicha influencia permanece más bien como una hipótesis, ya que los estudios discursivos no suelen centrarse en la recepción de los discursos que analizan. El estudio de la posible influencia de los medios en los discursos individuales puede realizarse a través de entrevistas a lectores, por ejemplo, pero hemos preferido aquí hacer una comparación textual entre los discursos de la prensa y los discursos de las redes sociales. La comparación no es un fin en sí mismo, sino que nos puede aportar información sobre la existencia de un imaginario social de los refugiados.

Aunque ninguna de las fuentes citadas hace una referencia directa a los imaginarios sociales, los discursos de la prensa sobre movimientos de población en general, y sobre los refugiados en particular, muestran muchas similitudes a través del tiempo y de diferentes contextos geopolíticos (Abid *et al.*, 2017). Incluso cuando se defienden posturas claramente opuestas parece haber una gran conexión entre los discursos. Así, independientemente de la ideología y las actitudes frente a los refugiados, casi nunca se cuestiona la existencia de las fronteras, de la división entre un nosotros y un ellos, y varios estudios han demostrado que los recursos lingüísticos y argumentales que exhibe la prensa son reproducidos en organizaciones que luchan en favor de los refugiados, tales como ACNUR y otras ONG (Baker y McEnery, 2005; Wroe, 2018). Como argumenta Lamb, “los hablantes que desean desafiar el lenguaje marginador, aunque son capaces de presentar voces alternativas, pueden tener dificultades para conseguir que se oigan dichas voces a no ser que ellos, a su vez, adopten aspectos marginadores del texto y habla que desean oponer.” (2014, p.403) [Nuestra traducción]<sup>2</sup> No cabe duda, desde nuestro punto de vista, de la existencia de un lenguaje común que se produce y reproduce en los medios de comunicación y otros discursos públicos. La cuestión que nos ocupa aquí es hasta qué punto autores individuales incorporan ese lenguaje en sus interacciones sobre refugiados, y si esta incorporación puede indicar la existencia de un imaginario social de los refugiados.



## Metodología

Con el fin de investigar la representación de los refugiados a través de las redes sociales, los datos se recogieron de dos de las plataformas con mayor cantidad de usuarios en España, Facebook y Twitter. Según el estudio del Interactive Advertising Bureau de España (2021), Facebook continúa siendo la red social más popular, con un 85 por ciento de usuarios, mientras que Twitter abarca el 56 por ciento. Para el análisis de los datos nos decantamos por la lingüística del corpus, ya que permite la identificación de patrones de palabras que no son posibles sin la ayuda de la computación (Baker y McEnery, 2005).

En primer lugar, hicimos un corpus usando el programa Octoparse (2016), desarrollado específicamente para la extracción de datos sin necesidad de conocimiento de programación. Se seleccionaron los años 2010, 2015 y 2020 con la idea de recoger datos antes, durante y después de la llamada crisis de refugiados sirios. Tanto en Facebook como en Twitter, el término de búsqueda fue el lema *refugiad\**, que contiene las diferentes formas flexionadas de la palabra (*refugiado*, *refugiada*, *refugiados*, *refugiadas*) y solamente se analizaron datos en español. Respecto a Twitter, se hizo una búsqueda del lema *refugiad\** en cada año seleccionado, especificando la ubicación de España mediante un geocódigo y un radio de 2.000km. Debido a la configuración de Octoparse, los datos de Facebook se recogieron de manera distinta. Se seleccionaron ocho páginas públicas de distintos periódicos (*El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Público*) y organizaciones no gubernamentales (ACNUR, Cruz Roja, Cáritas Española, SOS Refugiados). Dado que no se podía hacer la búsqueda con el lema, se hizo una búsqueda separada para cada forma de *refugiad\** para cada año y cada página de interés, y se seleccionaron solamente los comentarios de usuarios que contuvieran al menos una forma del lema *refugiad\**.

Una vez configurado el corpus, se condujo un análisis cuantitativo usando AntConc (Anthony, 2014), un programa de análisis de corpus. Para el propósito de nuestro estudio, las herramientas de interés dentro del programa utilizado fueron la lista de lemas más frecuentes, las concordancias, las secuencias de palabras (*clusters*) y las colocaciones del lema *refugiad\**. Un lema es una unidad léxica que incluye todas las variaciones de una palabra (por ejemplo, el lema “estar” incluye todas las formas de este verbo). De la lista lematizada eliminamos los determinantes y pronombres personales, dado que no tenían interés para el presente estudio. Las concordancias muestran una lista del lema investigado (*refugiad\** en este caso) dentro del contexto en el que aparece, lo cual ayuda a descubrir patrones en el uso del mismo que no son aparentes a simple vista. Las secuencias de palabras son las agrupaciones del lema investigado con otras

palabras que se repiten en los textos. En este caso, incluimos en el análisis secuencias de *refugiad\** más una, dos y tres palabras, respectivamente. Finalmente, el análisis de las colocaciones se realizó usando los métodos *Mutual Information* (MI) y *T-Score*. Ambos métodos proporcionan información estadística con el propósito de destacar qué combinaciones léxicas ocurren por casualidad y cuáles ocurren al tener una asociación significativa, lo cual puede tener implicaciones lingüísticas y extralingüísticas. Estos métodos, dada su diferente computación, nos ofrecen resultados complementarios, ya que MI enfatiza términos de menor frecuencia, mientras que T-Score es más fiable con palabras de mucha frecuencia. En ambos casos, se analizaron las primeras tres palabras a cada lado del lema (3L3R) y después se amplió el rango a las primeras cinco palabras (5L5R).

## Resultados

### Resultados de Twitter

Se recogieron un total de 1881 tuits que contenían el lema *refugiad\**, sumando un total de 26.049 palabras. Una primera lectura de los tuits reveló que la mayoría de ellos se referían al tema que nos interesa, con la única excepción del uso del participio del verbo, que en 19 ocasiones apareció con referencia a animales (*la gata se había refugiado*) y en expresiones metafóricas (*me he refugiado un poquito en esta canción*). Dejando estos usos excepcionales aparte, mediante una segunda lectura se pudo observar que muchos de los tuits aparecían concentrados en respuesta a eventos específicos como los ataques terroristas en París en 2015, o el acoso de la Guardia Costera griega a refugiados procedentes de Turquía y el incendio del campo de refugiados en Moria en 2020. En otros casos, los tuits no se escribían como reacción a sucesos particulares, sino a las actuaciones y posiciones de las autoridades de la UE (o de países europeos específicos), con especial atención al contexto español. La última gran categoría de tuits consiste en la promoción de eventos locales, como conferencias sobre refugiados o eventos para recaudar fondos, comida o ropa para los refugiados.

La lista de los 50 lemas más frecuentes (Tabla 1), además de verbos usados como auxiliares y semánticamente poco informativos en español (*ser, haber, estar, tener, hacer y poder*), muestra la presencia de verbos típicamente asociados con el movimiento de personas (*ir, llegar, venir*), y con la existencia de un dentro y un fuera (*huir, entrar*), idea que también aparece detrás de otros lemas frecuentes, como *frontero*. Los lugares situados a un lado u otro de esas fronteras son pocos (*Siria, España, Grecia*), con una perspectiva eurocéntrica

observada también en la frecuencia del lema *Europa* y la abreviatura *UE* (Unión Europea). Las concordancias muestran que, en cuanto al origen, además de los grupos mencionados, también se dan algunas menciones aisladas de otros grupos (*palestinos, saharauis, venezolanos, colombianos*), pero en ningún momento se hace referencia a los grupos de personas centroamericanas que tratan de llegar a Estados Unidos a través de México, aunque este éxodo ha coexistido en el tiempo con la huida de los sirios.

**Tabla 1.** Lista de los 50 lemas más frecuentes en Twitter.

No.	Palabra	Frecuencia	No.	Palabra	Frecuencia
1	refugiar	1953	26	decir	85
2	ser	710	27	vía	82
3	haber	393	28	dar	81
4	sirio	264	29	ahora	80
5	estar	221	30	terrorista	80
6	comer	218	31	crisis	79
7	todo	197	32	guerra	79
8	tener	193	33	día	78
9	europa	165	34	grecia	78
10	más	156	35	venir	75
11	hacer	152	36	acoger	72
12	son	146	37	entrar	72
13	poder	138	38	querer	72
14	niño	128	39	mucho	71
15	campo	123	40	otro	71
16	ir	112	41	vivir	69
17	llegar	103	42	año	68
18	personar	102	43	qué	68
19	ya	101	44	cuando	67
20	españa	99	45	hoy	67
21	huir	99	46	millón	65
22	ver	99	47	frontero	61
23	ayudar	91	48	parir	61
24	país	90	49	ue	61
25	sobre	86	50	gobierno	60

No cabe duda de que en estos tuits aparecen frecuentemente lemas de connotación negativa (*huir, terrorista, crisis, guerra*) pero también lemas que denotan acciones más neutras, como *ver, decir, dar, querer*, o incluso positivas, como *acoger* y *ayudar*. En cuanto a las personas o instituciones, encontramos *persona, niño* y *gobierno*. También destacan los adverbios y expresiones temporales (*ya, ahora, día, año, cuando, hoy*) y de cantidad (*mucho, más, todo*). Por último, especial atención merece el lema *campo*, que como veremos a continuación, aparece como parte de la secuencia *campo(s) de refugiados*.

En el análisis de las secuencias se pudo observar que ninguna secuencia de palabras que incluya *refugiad\** tiene mucha frecuencia, independientemente de si eran secuencias de dos, tres o cuatro palabras. Las únicas excepciones son *refugiados de Siria* y secuencias que incluyen palabras funcionales, aunque algunas de ellas son significativas, como el uso de *refugiados de* o *refugiados en*, puesto que identifican el origen o el lugar actual de esos refugiados. Sin embargo, si agregamos variantes gramaticales (por ejemplo, *campo de refugiados* y *campos de refugiados*), variantes semánticamente equivalentes (*campo de refugiados* y *campamento de refugiados*) y campos léxicos (por ejemplo, nombres de diferentes países) se pueden observar algunos patrones que complementan los resultados de la lista de lemas más frecuentes. En primer lugar, destaca la atención prestada a los campos de refugiados, es decir, a los lugares en los que millones de personas se ven obligadas a permanecer mientras se les permite solicitar asilo, entrar al país, u obtener el estatus legal de refugiado. En segundo lugar, podemos encontrar un énfasis en la cuantificación. La cuantificación no solamente es palpable en el frecuente uso de *miles* o *millones*, sino también en otras expresiones cuantificadoras como *cuántos refugiados, cuotas de refugiados, número de refugiados, o más refugiados*. También destaca la abstracción presente en secuencias más o menos alarmistas, como *el tema de los refugiados, la situación de los refugiados* y *la crisis de los refugiados*. Finalmente, la cuarta tendencia observada en las secuencias afecta al origen de los refugiados, con el dominio claro de Siria, pero también con la presencia de otros grupos, como los palestinos y los saharauis.

Otros resultados interesantes en las secuencias, pero numéricamente menos significativos, se refieren a la identificación de grupos particulares de refugiados, incluyendo *niños refugiados* y grupos geográficos, pero también grupos religiosos (*refugiados cristianos, musulmanes*) o clasificaciones según el motivo de la emigración (*refugiados políticos, medioambientales, ecológicos*). Por último, debemos mencionar el rol pasivo de los refugiados, que aparecen como sujetos únicamente con el verbo *huir*. Las concordancias en este caso revelan

que, como es de esperar, huyen de situaciones extremas (*bombas, terroristas, guerra, drama, horror*), como se ilustra en la Figura 1.

Hit	KWIC	File
18	islaciones. "Cuando los europeos huíamos como refugiados a Siria L	TJ.txt
20	guerra? Una guerra de gente que huye con lo puesto y voluntarios a	TJ.txt
24	DE MUERTOS Y 3 MILLONES DE HUIDOS! "Cuando digan que se ci	TJ.txt
24	ido... qué hay de malo? Mi familia huyó de allí por estar amenazada y	TJ.txt
28	n son los miles de refugiados que huyen de bombas con muchas firm	TJ.txt
29	PONSABLE DE LAS MASACRES Y HUIDA DE CIUDADANOS SIRIOS A	TJ.txt
30	refugiados sirios o subsaharianos huyen de comunismo. Si. DEL COM	TJ.txt
33	ados NO son terroristas, sino que huyen de ellos EN DIRECT. Ataque	TJ.txt
34	esto de refugiados que han salido huyendo de esa peste? Menudo ca	TJ.txt
33	asco Los refugiados sirios vienen huyendo de eso mismo de lo que l	TJ.txt
34	estra Revolución . Los refugiados huyen de esos mismos terroristas.	TJ.txt
34	a nuestro país son refugiados que huyen de esos mismos radicales n	TJ.txt
35	votar mi abuelo antes de tener q huir de España en 1938. Con mi m	TJ.txt
36	iviendo locos????? los refugiados huyen de esta gente A ver quién e	TJ.txt
36	arajo hablais de refugiados? Ellos huyen de esto mismo, del terrorisr	TJ.txt
37	s, que recuerden que ellos vienen huyendo de esto que hoy nos esc:	TJ.txt
37	e abrir puertas a refugiados. Ellos huyen de estos asesinos también.	TJ.txt

Figura 1. Concordancias del verbo *huir* en Twitter

En contraste, los refugiados aparecen mucho más a menudo como objeto de verbos como *ayudar, alojar, atender, aceptar*, y, sobre todo, *acoger*. Esto último no debe ser sorprendente, ya que, temáticamente, un gran número de tuits hacía mención al número de refugiados que cada país de la UE se había comprometido a acoger, y el cumplimiento o no de ese compromiso. Por último, debemos destacar que es muy frecuente la victimización de los refugiados. Primero, los refugiados aparecen como objeto de verbos como *acoger, ayudar, recibir, traer*, o sustantivos como *apoyo, ayuda, o asilo*, es decir, no son dueños de su destino. Segundo, es frecuente ver que las personas o instituciones de los países de acogida tienen poder y voz, ya que debaten sobre los refugiados, toman decisiones sobre ellos, organizan exposiciones, conferencias, o seminarios sobre ellos, o muestran su solidaridad, pero no tenemos las voces de los mismos refugiados. Tercero, la cualificación de los refugiados mediante adjetivos como *pobre* o *muerto* destaca su situación de víctimas.

Es importante recalcar que esta correspondencia cercana entre los lemas más frecuentes y las secuencias léxicas del lema estudiado no ocurre siempre. En el caso presente, puede ser que, por la naturaleza misma de los tuits (por estar limitados a 140 caracteres hasta 2017, y a 280 a partir de ese año), los lemas más

frecuentes tienen mucha probabilidad de estar junto a, o cerca de la palabra estudiada, aunque también podría ser una consecuencia de un imaginario social sobre los refugiados muy reducido.

El análisis de las colocaciones usando el método MI no nos ofrece resultados relevantes, dado que las palabras más significativas (tanto con una ventana de 3 palabras como con una ventana de 5) aparecen solamente 2 o 3 veces en el corpus. Las colocaciones obtenidas mediante T-Score, dada la naturaleza del cómputo, reproducen resultados similares al análisis de las secuencias léxicas. Solamente cabe destacar la presencia de *favor* (parte de expresiones como *a favor de*) y *sinrefugio*, parte de la etiqueta *#sinrefugio*, y algunas otras palabras como *Lesbos* o *Moria*, relacionadas con noticias o sucesos específicos mencionados en los tuits.

Respecto a las concordancias, además de los aspectos ya mencionados, merece la pena destacar la cuestión de la definición: ¿quién es y quién no es un refugiado? Por un lado, el término refugiado se yuxtapone a otros similares, como en *refugiados e inmigrantes*, *refugiados y desplazados*, o *migrantes y refugiados*. Esto implica que hay un esfuerzo en separar diferentes categorías. Por otro lado, también se contrasta a los “verdaderos” refugiados con *terroristas* o los llamados *lobos solitarios*, bien especificando quiénes son los refugiados (*refugiados son víctimas del terror*), bien especificando lo que no son (*inmigrantes ilegales llegados en pateras no son refugiados*). Estos comentarios aparecen como respuesta a la identificación de refugiados con terroristas, sobre todo en relación con los ataques de París.

Por último, hemos de destacar que el discurso que emerge de Twitter no está basado en metáforas comunes en otros contextos, como las metáforas de agua (*avalancha*, *flujo*, *ola*), que solamente aparecen en ocho ocasiones. Tampoco encontramos términos que son frecuentes en el contexto de los inmigrantes, como el término *ilegal*, que aparece en muy pocas ocasiones (*falsos refugiados ilegales*), o la expresión *sin papeles*, que no aparece en absoluto.

### **Resultados de Facebook**

Se obtuvo un total de 492 comentarios (7.180 palabras), de los cuales 429 incluían el lema *refugiad\** en el contexto que nos interesa. En contraste con Twitter, uno de los temas más frecuentes resultó ser la comparación de los refugiados de ahora con los refugiados españoles del pasado en el contexto de la Guerra Civil española. Esta comparación se usó tanto para buscar la empatía como para denunciar la falta de apoyo que recibieron los refugiados españoles del pasado frente a la ayuda “excesiva” dispensada a los refugiados que llegan

ahora a España. El siguiente tema más frecuente fue la cuestión de quién se considera refugiado, y dentro de este tema se encontraban argumentos como la falta de una guerra que justifique el estatus de refugiado, la discusión de qué criterios determinan si una persona es refugiada o inmigrante, o la denuncia del uso del estatus de refugiado como pretexto para entrar a España. Finalmente, se pudo observar que había una alta frecuencia en las referencias al terrorismo. Este tema se presentaba bajo la creencia de que hay terroristas integrados dentro del grupo de refugiados. Con menos frecuencia, los comentarios incluían temas relacionados con la responsabilidad de países europeos y países de origen frente a la situación actual de los refugiados.

En la lista de lemas más frecuentes se pudo observar que el verbo *ser* aparece con más del doble de la frecuencia que otros lemas. Al examinar las concordancias, este verbo se puede encontrar en contextos relacionados con la descripción de los refugiados (*los refugiados son todos basura o no son refugiados, son inmigrantes ilegales*). También aparecen con frecuencia verbos como *haber, tener, estar, hacer y poder*, como ocurrió en Twitter, y el verbo *ir*, que implica una acción, en este caso el movimiento de los refugiados. Nos parece importante destacar la aparición de *quot*, que en Antconc sustituye el uso de comillas en un texto. Las comillas aparecen 940 veces en las publicaciones, pero se requiere el uso de comillas en pares, por lo que se concluye que se utilizan 470 veces en los comentarios. El uso de las comillas varía entre citas de artículos de prensa, expresiones sarcásticas sobre los hechos comentados y el uso irónico del lema *refugiad\** y otras palabras relacionadas con ellos. En 58 de los 470 casos se puede encontrar este último uso, en el que los usuarios ponen en tela de juicio el estado de los refugiados y su situación (*los “niños” marroquíes no son “refugiados”*).

En cuanto a las colocaciones, se concluyó que los resultados del análisis MI no eran relevantes para el estudio, dado que las palabras estadísticamente significativas solamente tenían dos apariciones en el corpus. Utilizando los resultados del método T-Score, se observó que a pesar de tener dos listas con un rango diferente de palabras (3L3R y 5L5R), cada lista produjo resultados muy similares.

No.	Palabra	Frecuencia	Valor estadístico
1	son	58	7.29969
2	quot	43	6.18114
3	es	44	5.30987
4	guerra	28	5.16252
5	inmigrantes	20	4.38585
6	hay	21	3.98739
7	españoles	17	3.84870
8	muy	16	3.64824
9	europa	16	3.63839
10	como	19	3.60128
11	ya	17	3.47879
12	sirios	12	3.41181
13	todos	13	3.06241
14	campos	9	2.97550
15	miles	9	2.92562

**Tabla 2.** Colocaciones de Facebook (T-Score) – 5L5R.

Varias de las colocaciones más frecuentes se encuentran también en la lista lematizada (*son*, *quot*), como se observa en la Tabla 2. La colocación con el término *inmigrantes* sugiere una agrupación de los refugiados con los inmigrantes bajo un grupo común de personas desplazadas, pero también un intento de separar los dos grupos. Destaca también el valor estadístico parecido de *españoles* y *sirios* (3.43 y 3.26, respectivamente), aunque en el contexto contemporáneo no se esperaría la palabra *españoles* como colocación de *refugiados*. Sin embargo, las concordancias muestran que el uso del adjetivo *español* surge en contextos de comparación entre los refugiados españoles del pasado y los refugiados entrando a España actualmente (*los refugiados españoles no dependían del todo gratis que les dan los políticos actuales*).

Los resultados del análisis de colocaciones indican, además, una tendencia a un discurso negativo sobre los refugiados. Por ejemplo, encontramos la colocación de *refugiad\** con *guerra*, que hace referencia al motivo de huida del país de origen (*se trata de un refugiado que huye de la guerra*), o al tipo de refugiado (*refugiado de guerra*). Igualmente, podemos observar la negatividad en el uso de la colocación de refugiados e *ilegales* que, a pesar de ser ilógica, se usa para implicar un comportamiento criminal. La inclusión de términos cuantitativos, tal como el uso de *miles*, también puede tener implicaciones negativas en referencia a los refugiados, porque puede causar alarma o insinuar una idea de crisis en la población. Por último, podemos destacar la inclusión de



*campo* y *campos* en las dos listas, cuyas concordancias muestran un contexto similar al de Twitter (*los dejamos abandonados en campos de refugiados, otro país atacará un campo de refugiados*).

El análisis de las secuencias de palabras (ver la Tabla 4 como ejemplo) mostró que la mayoría de ellas tiene muy poca frecuencia, salvo secuencias con palabras funcionales. No obstante, se pueden destacar algunos patrones al juntar variantes gramaticales, semánticas y léxicas, como en el caso de Twitter. Pudimos observar, primero, que hay un enfoque en el origen de los refugiados (por ejemplo, *refugiados de Siria, refugiados españoles* y *refugiados subsaharianos*, entre otros). Sin embargo, los refugiados se pueden ver clasificados de diferente modo, por medio de su religión (*refugiados judíos, refugiados musulmanes*) o también por el motivo de su huida (*refugiado de guerra, refugiada política*).

No.	Palabra	Frecuencia
1	a los refugiados	51
2	de los refugiados	18
3	no son refugiados	13
4	entre los refugiados	10
5	para los refugiados	10
6	campos de refugiados	8
7	con los refugiados	8
8	que los refugiados	8
9	campo de refugiados	7
10	miles de refugiados	6
11	todos los refugiados	5
12	los mismos refugiados	4
13	por los refugiados	4
14	a esos refugiados	3
15	a estos refugiados	3

**Tabla 3.** Secuencias de 3 palabras (2 palabras + refugiad\*).

El discurso de la victimización aparece en la secuencia *campo(s) de refugiados*, así como en el uso frecuente de las secuencias con *acoger, ayudar* y *alojar*. En

estos casos, *refugiad\** aparece como el objeto directo, recalando la posición de los refugiados como receptores del auxilio de las organizaciones humanitarias o de los países que los aceptan. Este rol pasivo también se observa en las secuencias *a los refugiados*, *de los refugiados* y *para los refugiados*, que los posicionan igualmente como receptores de las acciones de otros. Adicionalmente, la secuencia del lema *refugiad\** junto al adjetivo *pobres*, que aparece antes del sustantivo al que acompaña, enfatiza el discurso de victimización (*pero no hacen nada por los pobres refugiados que son musulmanes como ellos*). Considerando los casos anteriores, se puede argumentar que los usuarios en estos comentarios representan a los refugiados como víctimas en necesidad de ayuda, con los cuales hay que empatizar, máxime si, como indica el uso del verbo *fuimos*, se recalca la idea de que, en un tiempo, los españoles mismos fueron refugiados.

Junto con este discurso, el análisis de las secuencias también ilustra el discurso del rechazo. De forma implícita, la cuantificación (*miles de refugiados*, *3.000 refugiados*) tiende a fomentar la idea de masificación y los problemas que pueden derivarse de ella. Además, otras secuencias, como *supuestos refugiados* o *no son refugiados* cuestionan el estatus de refugiado, creando sospechas. Por último, encontramos en las concordancias otras expresiones parecidas que refuerzan el sentimiento de recelo hacia los refugiados (*camuflados como refugiados*) y otras mucho más abiertamente racistas y xenofóbicas como *mata cristianos*.

### Otros elementos de análisis

No tenemos espacio aquí para incluir un análisis multimodal de las imágenes, emojis y otros elementos visuales que acompañan a los tuits y comentarios de Facebook. Sin embargo, queríamos dejar constancia de que un análisis completo de estas redes sociales no puede dejar de lado este aspecto tan importante. Como se ha mencionado anteriormente, las imágenes enfatizan ciertos discursos y dejan otros en segundo plano, como en el caso que mostramos aquí, en el que se destaca la presencia de mujeres, y sobre todo niños, quizás para alejar la idea de los refugiados como hombres terroristas camuflados de refugiados.



## Discusión

Los resultados del estudio que hemos realizado sugieren que Twitter y Facebook proporcionan un espacio en el que se reproducen y al mismo tiempo se transforman los discursos sobre refugiados presentes en otros contextos. Las redes sociales reproducen unas actitudes y un lenguaje también observados en la prensa y otros medios, quizás porque, como afirman Fernández *et al.* (2020, p.12), “en los tuits [y en menor medida en los comentarios de Facebook] no se hallan los porqués ni las causas que han producido un hecho noticioso, ni se da pie en los comentarios a posibles soluciones, sino que hay una ampliación de los tópicos, una competencia por llamar la atención de los usuarios”. Las características de las plataformas, por lo tanto, facilitan la reproducción de temas, discursos y lenguaje fácilmente reconocibles e interpretables. Sin embargo, no podemos afirmar que se trate simplemente de una copia más o menos consciente de los discursos o del lenguaje de los medios de comunicación, sobre todo en el caso de Twitter. De hecho, el repaso de los datos concluyó que la mayoría de los tuits analizados se publicaban independientemente de cualquier contexto previo. Por lo tanto, proponemos que las coincidencias en discursos y lenguaje entre Twitter y medios de comunicación se producen porque forman parte de un mismo imaginario social. En el caso de Facebook, la plataforma está diseñada para que el usuario reciba noticias o mensajes de páginas a las que está suscrito, o de personas que están entre sus contactos. Así, los comentarios analizados son, en la mayoría de los casos, respuestas a noticias de los periódicos o publicaciones

de las ONG elegidas para el análisis. En otras palabras, parece existir una relación más directa entre los textos de la prensa (y de las ONG) y los textos de los usuarios.

En el imaginario social de los refugiados, tal y como se presenta en Twitter y Facebook, aparecen dos tipos fundamentales de discursos: el discurso humanitario y el discurso de la prevención. En Twitter predomina el discurso humanitario, aunque, como en el caso de la prensa, unos sentimientos o ideas en principio positivos aparecen, sin embargo, expresados mediante un lenguaje de victimización y marginalización que busca la compasión hacia unos refugiados que se dibujan de forma desindividualizada, deshumanizada y pasiva. Aunque se distinguen algunos grupos de refugiados por su nacionalidad o religión, por ejemplo, o se busca la empatía al hablar de los niños refugiados (quienes sirven de contrapunto a la asociación entre refugiado y terrorista), esto no los individualiza, sino que, al contrario, los puede estereotipar. El énfasis en la cantidad de refugiados los deshumaniza, ya que se convierten en un problema casi matemático (cuántos se dejan entrar, cuántos no). Por último, no aparecen las voces de los refugiados, sino que son los ciudadanos de países receptores, en este caso los españoles, los que critican a gobiernos e instituciones de poder por el tratamiento que se dispensa a los refugiados, y los que se movilizan para procurar un cierto bienestar a los refugiados, que quedan como peones del juego político o la caridad. Como mencionamos anteriormente, en esta plataforma se observa una llamada a la ayuda y acogida de refugiados, sobre todo en la publicidad de toda suerte de iniciativas de apoyo a estas personas, lo cual viene a confirmar el papel movilizador de las redes sociales que ha sido constatado en otros contextos. Por otro lado, en Twitter también se evidencian posiciones más abiertamente hostiles que las que se encuentran en los medios. Quizás por ello veamos menos metáforas de las que podría esperarse, puesto que aquello que en la prensa aparece de forma indirecta (por ejemplo, transmitir el miedo a través de la identificación de los refugiados con una avalancha), en Twitter se manifiesta sin trabas.

En contraste, en Facebook predomina más el discurso del rechazo, por ejemplo, en la comparación de los refugiados que llegan a España con los refugiados españoles de la Guerra Civil y los emigrantes económicos españoles de la última década. Aunque se pide empatía porque los españoles mismos fueron refugiados, otros usuarios consideran que los refugiados de ahora tienen unos beneficios que no tuvieron ni tienen ahora algunos españoles. Destaca, sobre todo, el discurso de la prevención a través de la insistencia en la idea del terrorismo y las consecuencias que acarrea aceptar a refugiados en España. El

uso de comillas para dar un tono irónico o sembrar una duda acerca del estatus de refugiado que reclaman algunos grupos contribuye a levantar sospechas. Este rasgo no aparece en la prensa, probablemente debido al profesionalismo que se requiere de los periodistas, aunque estos pueden usar otras estrategias más sutiles para cuestionar el estatus de refugiado de un grupo de personas.

Quizás lo más distintivo de las redes es que actúan como un espacio en el que el imaginario social de los refugiados también se cuestiona. Esto es especialmente evidente en el caso de la palabra *refugiado* y su definición. Por un lado, se ve en las redes la misma confusión y el uso alternativo de la palabra refugiado con otros términos similares, como *inmigrante*. Sin embargo, también hay numerosas ocasiones en que los usuarios dan sus definiciones de lo que son o no son refugiados. Esto no implica que los usuarios estén usando definiciones legales, ya que el significado de refugiado permanece fluido, pero sí es evidente una preocupación por separar a los refugiados de otros grupos. Afirma Muñoz (2021): “la pregunta ‘quién es un refugiado’ se complica por la creencia cada vez más difundida de que se trata de migrantes económicos disfrazados de víctimas políticas (Sassen, 2013, p. 34)”. Llevando no solo a la confusión o mal uso de términos (a veces de forma intencional), sino también a que el colectivo de refugiados sufra los mismos estigmas, generalizaciones y estereotipos, restando importancia a la necesidad de asilo y poniendo en riesgo la vida de quienes necesitan este reconocimiento internacional.” Desafortunadamente, esta situación implica la creación de una especie de jerarquía xenófoba, ya que, si bien se defiende la necesidad de apoyar a los refugiados, esto parece hacerse en muchos casos a costa de los inmigrantes, que no merecen tal apoyo.

## Conclusión

Planteábamos al principio del artículo que nuestro objetivo era descubrir la posible existencia de un imaginario social sobre las personas desplazadas examinando el caso concreto del lema *refugiad\**. Creemos que los datos presentados demuestran la existencia de tal imaginario, y también la forma en que esos imaginarios se adoptan o transforman. Por un lado, a pesar de las diferencias técnicas y demográficas de los usuarios de Facebook y Twitter (los usuarios de Facebook suelen ser mayores que los de Twitter - IAB Spain, 2021), se han observado tendencias muy similares en los discursos y el lenguaje sobre los refugiados en ambas plataformas. Por otro lado, dichos discursos y lenguaje están estrechamente relacionados con lo que encontramos en la prensa. Se podría argumentar que estas similitudes son consecuencia de una influencia o copia

directa de los textos de la prensa y otros medios, pero como argumentamos, esta explicación no puede darse en el caso de Twitter.

Mucho queda por hacer para conseguir un perfil más detallado del imaginario social de los refugiados a partir de los datos ya obtenidos, como la comparación entre mensajes de Facebook aparecidos en periódicos frente a los aparecidos en las ONG, el análisis cualitativo y multimodal de tuits y comentarios de Facebook, o la comparación entre distintos años. Sin embargo, creemos que el presente trabajo es un buen punto de partida con el que explorar el imaginario social de los refugiados y su papel fundamental en la construcción del diálogo social las personas desplazadas.

### Notas

<sup>1</sup> “The linear, one-sided, one-to-many flow of texts in traditional media is now replaced by what seems to be an interactive, participatory, many-to-many flow of texts, which in turn undermines (at least at the local level) the assumed power behind the discourses of mass media.”

<sup>2</sup> “Speakers wishing to challenge [marginalising] language, although able to present oppositional voices, may have difficulty getting those voices heard unless they in turn adopt aspects of the marginalising text and talk they wish to oppose.”

### Referencias

- Abid, Raith Z., Manan, Shakila A. y Rhaman, Z. (2017).** ‘A Flood of Syrians has Slowed to a Trickle’: The Use of Metaphors in the Representation of Syrian Refugees in the Online Media News Reports of Host and Non-Host Countries. *Discourse & Communication*, 11(2), 121-140.
- Al-Dabbagg, Ula M. K. y Amro, H. S. (2020).** Reconciliation or Alienation: The Representation of the Syrian Refugee Crisis in the Jordanian Print Media: Al-Ghad Newspapers as a Case Study. *Theory and Practice in Language Studies*, 10(5), 612-621.
- Anthony, L. (2014).** AntConc (Version 3.4.3.18) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University.
- Aravena, A. y Baeza, M. A. (2017).** Imaginarios sociales y construcción intersubjetiva de alteridad. La prensa escrita y la cuestión mapuche en Chile. *Cultura y representaciones sociales*, 12(23), 7-29.
- Baeza, M. A. (2008).** *Mundo real, mundo imaginario social: teoría y práctica de sociología profunda*. Santiago de Chile: RIL editores.

- Baeza, M. A. (2011).** Memoria e imaginarios sociales. *Imagonautas: Revista Interdisciplinaria sobre Imaginarios Sociales*, 1(1), 76-95.
- Baker, P. y McEnery, T. (2005).** A Corpus-Based Approach to Discourses of Refugees and Asylum Seekers in UN and Newspaper Texts. *Journal of Language and Politics*, 4(2), 198-226.
- Bañón Hernández, A. M., Castaño Ruiz, J. y Jiménez Cano, J. M. (eds.) (2020).** El discurso público sobre los refugiados en España. Monográfico en Homenaje al profesor Manuel Lario Bastida. *Tonos Digital*, 38. Disponible en: <https://www.um.es/tonosdigital/znum38/indice38.htm>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Bañón Hernández, A. M. y Solves Almela, J. (eds.) (2021).** *Discurso lingüístico y migraciones*. Madrid: Arco/Libros.
- Bednarek, M. (2016).** Investigating Evaluation and News Values in News Items that are Shared through Social Media. *Corpora*, 11(2), 227-258.
- Bhatia, A. (2015).** *Discursive Illusions in Public Discourse: Theory and Practice*. London/New York: Routledge.
- Bhatia, A. y Jenks, C. (2018).** Fabricating the American Dream in US media Portrayal of Syrian Refugees: A discourse Analytical Study. *Discourse & Communication*, 12(3), 221-239.
- Bolte, S. y Keong, Y. C. (2014).** The Refugee Swap Deal in Malaysian Online News Reports: Ideology and Representation. *Journal of Language Studies*, 14(2), 93-109.
- Castoriadis, C. (1998).** *The Imaginary Institution of Society: Vol.* Cambridge: MIT Press.
- Chiluwa, I. (2012).** Social Media Networks and the Discourse of Resistance: A Sociolinguistic CDA of *Biafra* Online Discourses. *Discourse & Society*, 23(3), 217-244.
- Cruz Moya, O. (2020).** De “Lobo Solitarios” a “Carpas Africanas”: estrategias de despersonalización en las metáforas empleadas por el discurso periodístico en torno a los refugiados. *Tonos Digital*, 38. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2383/1103>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- De Fina, A. (2020).** Migrant Youth Push back. Virtual Friendships and Everyday Resistance in the Digital Sphere. *Trab. Ling. Aplic., Campinas*, 59(3), 1833-1861.
- Fernández Fernández, Á. Revilla Guijarro, A. y Andaluz Antón, L. (2020).** Análisis de la caracterización discursiva de los relatos migratorios

- en Twitter. El caso Aquarius. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 1-18
- Gabrielatos, C. y Baker, P. (2008).** Fleeing, Sneaking, Flooding: A Corpus Analysis of Discursive Constructions of Refugees and Asylum Seekers in the UK Press, 1996-2005. *Journal of English Linguistics*, 36(1), 5-38.
- Gómez, P. A. (2001).** Imaginarios sociales y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad. *Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales-Universidad Nacional de Jujuy*, 17, 195-209.
- Hamdy, N. y Goma, E. H. (2012).** Framing the Egyptian Uprising in Arabic Language Newspapers and Social Media. *International Communication Association*, 62, 195-211.
- Harlow, S. (2011).** Social Media and Social Movements: Facebook and an Online Guatemalan Justice Movement that Moved Offline. *New Media & Society*, 14(2), 225-243.
- Heinkelmann-Wild, T., Beck, D. y Spencer, A. (2019).** Heroes Welcome: An Exceptional Story of ‘Good’ Refugees in the German Tabloid Discourse. *Journal of Multicultural Discourses*, 14(3), 220-239.
- IAB Spain. (2021).** Estudio de redes sociales 2021. IAB Spain. Disponible en: <https://iabspain.es/estudio/estudio-de-redes-sociales-2021/>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- KhosraviNik, M. (2009).** The Representation of Refugees, Asylum Seekers and Immigrants in British Newspapers During the Balkan Conflict (1999) and the British General Election (2005). *Discourse & Society*, 20(4), 477-498.
- KhosraviNik, M. y Mahrou, Z. (2014).** Persian Nationalism, Identity and Anti-Arab Sentiments in Iranian Facebook Discourses. *Journal of Language and Politics*, 13(4), 755-780.
- Kopytowska, M. y Chilton, P. (2018).** “Rivers of Blood”: Migration, Fear and Threat Construction. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1), 133-161.
- Lakić, I. (2018).** Portraying Refugees in British Print Media: The Case of NATO Airstrikes on Yugoslavia. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 75, 191-204.
- Lamb, Eleanor C. (2014).** Resisting Marginalisation: Changing Representations of Migrants and Refugees in UK Text and Talk Since the 1960s. *Journal of Language and Politics*, 13(3), 403-433.
- Leudar, I., Hayes, J., Nekvapil, J. y Baker, J. T. (2008).** Hostility Themes in Media, Community, and Refugee Narratives. *Discourse & Society*, 19(2), 187-221.



- Linde-Usiekniewicz, J. (2020).** Conceptual Blends in Polish Anti-Refugee Rhetoric. *Cognitive Linguistics*, 31(4), 647-675.
- Lueck, K., Due, C. y Augoustinos, M. (2015).** Neoliberalism and Nationalism: Representations of Asylum Seekers in the Australian Mainstream News Media. *Discourse & Society*, 26(5), 608-629.
- Martín Cano, R. y Ther, F. (2020).** El tratamiento del refugiado en la prensa española a través de la imagen fotográfica. Un análisis cualitativo. *Tonos Digital*, 38. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2384/1104>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Martínez Lirola, M. (2021).** Aproximación crítica discursiva a los rescates del Aquarius y el Open Arms en una muestra de la prensa español. *Discurso y Sociedad*, 15(2), 383-407.
- Mullo López, A., Falconí Suárez, F. y Balseca Mera, J. (2021).** El discurso del *prosumer* y la representación del fenómeno migratorio venezolano en redes sociales de la prensa de Ecuador. *Discurso y Sociedad*, 12(5), 408-438.
- Muñoz Reyes, J. N. (2021).** Representaciones visuales de la “Crisis de Refugiados”: Análisis sociohermenéutico de los textos visuales en tres diarios españoles. *Tendencias Sociales*, 7, 45-82.
- Musolff, A. (2018).** The ‘Legitimation’ of Hostility Towards Immigrants’ Languages in Press and Social Media: Main Fallacies and How to Challenge Them. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1), 1-27.
- Özdora Akşak, E. (2020).** Discursive Construction of Syrian Refugees in Shaping International Public Opinion: Turkey’s Public Diplomacy Efforts. *Discourse & Communication*, 14(3), 294-313.
- Pintos, J. L. (2004).** Inclusión-exclusión. Los imaginarios sociales de un proceso de construcción social. *Sémata: Ciencias Sociais e Humanidades*, 16, 17-52.
- Pintos, J. L. (2005).** Comunicación, construcción de la realidad e imaginarios sociales. *Utopía y praxis latinoamericana*, 37-65.
- Steger, M. B., y James, P. (2011).** Three Dimensions of Subjective Globalization. *ProtoSociology*, 27, 53-70.
- Steger, M., Goodman, J. y Wilson, E. K. (2012).** *Justice Globalism: Ideology, Crises, Policy*. New York: Sage.
- Steger, M. B. y James, P. (2013).** Levels of Subjective Globalization: Ideologies, Imaginaries, Ontologies. *Perspectives on Global Development and Technology*, 12, 17-40.

- Strani K, Szczepaniak-Kozak A. (2018).** Strategies of Othering through Discursive Practices: Examples from the UK and Poland. *Lodz Papers in Pragmatics*, 14(1),163-179.
- Tavassoli, F., Jalilifar, A. y White, P. (2019).** British Newspaper's Stance towards the Syrian Refugee Crisis: An Appraisal Model Study. *Discourse & Society*, 30(1), 64-84.
- Taylor, C. (2004).** *Modern Social Imaginaries*. Durham/Londres: Duke University Press.
- Torkington, K. y Perdigão Ribeiro, F. (2019).** 'What are These People: Migrants, Immigrant, Refugees?': Migration-Related Terminology and Representations in Portuguese Digital Press Headlines. *Discourse, Context & Media*, 27, 22-31.
- Wu, X. y Fitzgerald, R. (2021).** 'Hidden in Plain Sight': Expressing political Criticism on Chinese social media. *Discourse & Society*, 23(3), 365-285.
- Wroe, L. E. (2018).** 'It Really is About Telling People Who Asylum Seekers Really are, Because We are Human Like Anybody Else': Negotiating Victimhood in Refugee Advocacy Work. *Discourse & Society*, 29(3), 324-343.
- Yépez Reyes, V. (2019).** Alter-Globalisation Social Imaginaries: A Theoretical Review. *Imagonautas: Revista Interdisciplinaria sobre Imaginarios Sociales*, 13, 1-22.

## Notas biográficas



**Marisol del Teso Craviotto** es doctora en Lingüística por Cornell University. Sus más recientes publicaciones se centran en el estudio de las migraciones en el contexto español. Su próximo libro, *Discourses of Emigration in Spain: A Historical Account of the Migration Imaginary in the Press*, será publicado en 2022 por la editorial Routledge.  
**E-mail:** [deltesm@miamioh.edu](mailto:deltesm@miamioh.edu)



**Berenice Acevedo** es graduada en Filología Hispánica, Estudios Latinoamericanos y Educación de Español por Miami University, Ohio (EE. UU). Realizó sus estudios de posgrado en España, en la Universidad de Oviedo, por la que tiene un Máster Universitario en Lengua Española y Lingüística.  
**E-mail:** [acevedb@miamioh.edu](mailto:acevedb@miamioh.edu)