



Hachetetepé. Revista científica de educación y comunicación

ISSN: 2172-7910

ISSN: 2172-7929

revista.http@uca.es

Universidad de Cádiz

España

Gómez-Vicario, Mariana; Gutiérrez Sánchez, José David; Pantoja-Vallejo, Antonio
INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS
MIGRACIONES DE JÓVENES MARROQUÍES HACIA ESPAÑA*
Hachetetepé. Revista científica de educación y comunicación, núm. 29, 2024, pp. 1-19
Universidad de Cádiz
España

DOI: <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2024.i29.2203>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=683778902003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

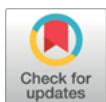
Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la academia



INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LAS MIGRACIONES DE JÓVENES MARROQUÍES HACIA ESPAÑA*

INFLUENCE OF THE MEDIA ON THE MIGRATION OF YOUNG MOROCCANS TO SPAIN

A INFLUÊNCIA DOS MEDIA NA MIGRAÇÃO DOS JOVENS MARROQUINOS PARA ESPANHA



Mariana Gómez-Vicario

Universidad de Jaén, España

<https://orcid.org/0000-0003-0897-7214>

mvicario@ujaen.es

José David Gutiérrez Sánchez

Autor de correspondencia

Universidad de Málaga, España

<https://orcid.org/0000-0003-0670-5426>

jdgutsan@uma.es

Antonio Pantoja-Vallejo

Universidad de Jaén, España

<https://orcid.org/0000-0001-5374-4378>

apantoja@ujaen.es

Recibido: 14/04/2024 Revisado: 30/06/2024 Aceptado: 04/08/2024 Publicado: 31/08/2024

Resumen: El siguiente artículo tiene por objetivo analizar el impacto que los medios de comunicación españoles tienen sobre la juventud marroquí como estímulo para iniciar un proyecto migratorio. El diseño del artículo es mixto, se emplearon técnicas cualitativas como entrevistas y grupos de discusión y, además, cuestionarios como recurso cuantitativo. Los datos se extrajeron en Tetuán (Marruecos) entre junio y septiembre de 2023. Los resultados muestran, por un lado, componentes de atracción para iniciar un proyecto migratorio y, por otro lado, aspectos repulsivos que giran en torno a miedos impulsados por rechazo, racismo e, incluso, información errónea o manipulada relacionada con incitación a la homosexualidad y tensiones multiculturales. La investigación concluye que es necesario observar y tener en cuenta por parte de las administraciones públicas y organizaciones sociales, el papel que los medios de comunicación y redes sociales digitales albergan en cuanto a su capacidad de incidencia en la juventud y los efectos que noticias falsas pueden generar en la población en cuanto a su capacidad para generar conflictos.

Palabras claves: Medios de Comunicación; Proyecto migratorio; Juventud; Marruecos; Movilidad.

Abstract: The following article aims to analyse the Spanish media's impact on Moroccan youth as a stimulus to initiate a migration project. The design of the article is mixed, using qualitative techniques such as interviews and focus groups and, in addition, questionnaires as a quantitative resource. The data were collected in Tetouan (Morocco) between June and September 2023. The results show, on the one hand, components of attraction to initiate a migration project and, on the other hand, repulsive aspects revolving around fears driven by rejection, racism and even misinformation or manipulated information related to incitement to homosexuality and multicultural tensions. The research concludes that public administrations and social

organisations must observe and consider the role that the media and digital social networks play in terms of their capacity to influence young people and the effects that fake news can have on the population in terms of their capacity to generate conflict.

Keywords: Media; Migration project; Youth; Morocco; Mobility.

Resumo: O artigo que se segue tem como objetivo analisar o impacto que os meios de comunicação social espanhóis têm nos jovens marroquinos como estímulo para iniciar um projeto migratório. O desenho do artigo é misto, utilizando técnicas qualitativas como entrevistas e grupos de discussão e, além disso, questionários como recurso quantitativo. Os dados foram recolhidos em Tetouan (Marrocos) entre junho e setembro de 2023. Os resultados mostram, por um lado, componentes de atração para iniciar um projeto migratório e, por outro lado, aspectos repulsivos que giram em torno de medos motivados pela rejeição, racismo e até mesmo desinformação ou informação manipulada relacionada com o incitamento à homossexualidade e tensões multiculturais. A investigação conclui que é necessário que as administrações públicas e as organizações sociais observem e tenham em conta o papel que os meios de comunicação social e as redes sociais digitais desempenham em termos da sua capacidade de influenciar os jovens e os efeitos que as fake news podem ter na população em termos da sua capacidade de gerar conflitos.

Palavras-chave: Media; Projeto de migração; Jovens; Marrocos; Mobilidade.

Cómo citar este artículo: Gómez-Viacario, M., Gutiérrez-Sánchez, J. D. y Pantoja-Vallejo, A. (2024). Influencia de los medios de comunicación en las migraciones de jóvenes marroquíes hacia España. *Hachetetepe. Revista científica en Educación y Comunicación*, (29), 1-19 <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2024.i29.2203>

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo aborda cómo inciden los medios de comunicación españoles en la juventud marroquí y qué incidencia tiene su influencia en comenzar un proyecto migratorio. El tema de las migraciones se ha estudiado desde diversas perspectivas en los últimos años, por ejemplo, desde la situación de los jóvenes en origen (Torrado y Ceballos, 2023), la dureza de las migraciones y cuestiones fronterizas (Senovilla, 2017; McDonald, 2016), aspectos relacionados con los sistemas de acogida y protección (Gimeno y Mendoza, 2022) y otros relacionados con procesos de inclusión y exclusión social (Gutiérrez et al., 2023; Gimeno, 2018). Sin embargo, en aquellas publicaciones que giran en torno al impacto de los medios de comunicación sobre la juventud, por un lado, no ha sido posible obtener bibliografía extensa que aborde la cuestión respecto a las migraciones en origen y, por otro lado, los estudios existentes, sobre todo, están relacionadas con las representaciones mediáticas y su impacto en la inclusión social una vez que han llegado a Europa (Gómez-Quintero, et al., 2021). Por lo tanto, se muestra relevante indagar sobre qué aspectos se sitúan como atracción y repulsión de las migraciones y las interpretaciones que se derivan de la información obtenida individual y socialmente.

Las migraciones de jóvenes entre España y Marruecos guardan una estrecha relación que diversos investigadores sitúan en torno a los años noventa (Quiroga et al., 2023; Suárez-Navaz y Jiménez, 2011). Esta vinculación más allá de referirnos a las migraciones se manifiesta paralelamente de diferentes modos, ya sea económica, geográfica y políticamente (Czaika, 2015). Se exponen dos escenarios que, aunque situándose lejanamente en cuestiones culturales, establecen conexiones más estrechas

que, como se observa en este trabajo, se pueden incluir los medios de comunicación y redes sociales digitales. El interés parte en conocer el imaginario que diferentes personas van desarrollando a lo largo de la observación de información, lo cual puede producir interés en el sentido de visualizar ventajas si se migra a España como impedimentos en la capacidad de sostener valores culturales, costumbres, así como, la gestión de sentimientos de inferioridad o miedo al racismo (Aliaga et al., 2022; Shaffer et al., 2018).

En este trabajo se emplea una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa) para recabar información sobre el impacto que tienen los medios de comunicación españoles en los jóvenes marroquíes. Se llevaron a cabo entrevistas, grupos de discusión y cuestionarios en el contexto marroquí como medio para conocer con profundidad las interpretaciones sobre el objeto central de este estudio.

El documento se articula, en primer lugar, exponiendo teóricamente aspectos en torno al imaginario colectivo, así como una aproximación a la situación de los jóvenes respecto a los medios de comunicación. Se continúa con la metodología empleada y, finalmente se exponen los resultados más relevantes seguidos de las conclusiones.

1.1. Medios de comunicación y su influencia en la juventud

Los medios de comunicación social, también denominados medios de comunicación de masas son unos instrumentos de carácter técnico, por medio de los cuales, grupos de profesionales de la comunicación pueden transmitir unidireccionalmente contenidos informativos, formativos o de entretenimiento a un público numeroso y heterogéneo (Nykytchenko, 2019; Rodríguez, 2001). A través de los medios de comunicación de masas, fluyen mensajes que pueden albergar cierto control social, es decir, adquieren un poder que puede determinar lo que el público ve o no (Walgrave, 2008). En la actualidad, por medio del desarrollo tecnológico mayormente estimulado por internet, la ciudadanía puede recibir información de cualquier parte del mundo. La información que se observa puede albergar componentes de control social en un determinado país como se ha marcado tradicionalmente (Green-Pedersen y Stubager, 2010; Bartels, 1996), pero, ante la capacidad de la sociedad de manejar herramientas tecnológicas, la información se torna líquida (Bauman, 2000), es decir, los individuos pueden burlar los sistemas preestablecidos e informarse sobre otras realidades de otros contextos (que también guardan sus propios aspectos de control). En este caso, la población marroquí y, en concreto la juventud, por medio del desarrollo tecnológico es capaz de informarse sobre otras realidades como es el caso del contexto español.

España y Marruecos albergan vínculos que están relacionados con las migraciones (Cheddadi, 2022), de hecho, históricamente, la nacionalidad migrante que más presencia tiene en España es la nacionalidad marroquí, seguida de rumana y británica. Esta cuestión hace que las conexiones entre origen y destino se intensifiquen y, por tanto, el trasiego de información aumente. Además, Marruecos fue colonia española y francesa hasta 1958 (relativamente hace pocos años en comparación con otros países colonizados), por lo que es normal que mucha población domine la lengua española y, por tanto, se nutra de medios de información españoles.

Siguiendo a McLuhan (1994) y la terminología empleada relativa a los medios de comunicación, el autor diferenciaba entre aquellos calientes y fríos. Por un lado, los medios de comunicación calientes ofrecen una información plena que no requieren de participación del receptor, por ejemplo, la fotografía la radio o la imprenta. Por otro lado, los fríos son aquellos que proporcionan información escasa que requiere un alto grado de

participación y cierta calidez afectiva (dibujos animados, fotonovelas o el teléfono). Hoy día, los teléfonos móviles inteligentes y su acceso a internet han cambiado los paradigmas de la información tradicionales volviéndolos más complejos a la vez que accesibles, no obstante, mantienen aspectos que incluyen o excluyen al receptor (Anshari y Alas, 2015). Además, las redes sociales digitales nos posibilitan estar continuamente informados, pero, como se ha venido analizando en los últimos años, también desinformados por medio del desarrollo de las denominadas como *Fake News* (Bharali y Goswami, 2018; Allcott y Gentzkow, 2017).

Las redes sociales digitales se han convertido en el fenómeno más revolucionario dentro de los medios de comunicación en las últimas décadas (Arce et al., 2023). Los avances tecnológicos, el desarrollo de medios y recursos, así como la facilidad de acceso a los mismos, nos muestran avances importantes en el ecosistema comunicativo asociados a internet y la digitalización (Arenas et al., 2021). La juventud no queda ajena a este desarrollo comunicativo y más aún si mantiene lazos (familiares, económicos e incluso proyectos migratorios) que estimulan el uso de las herramientas informáticas. En este sentido, podríamos relacionar los medios de comunicación y expresamente las redes sociales digitales en lo que concierne a las migraciones (Busso, 2023; Park y Gerrits, 2021), es decir, cómo el imaginario social se desarrolla por medio del disfrute de herramientas comunicativas estimulando aspectos de atracción, pero también de repulsión (Ortega y Gutiérrez, 2018). Relativo a la observación realizada por medio de las redes sociales digitales y medios de comunicación, por un lado, es posible argumentar cómo estas atraen a la población joven en cuanto a nuevos estilos de vida, acceso a la propia información, adquisición de bienes diversos, la posibilidad de éxito y, también por qué no, la capacidad que puede generar en mejorar la calidad de vida personal, comunitaria y familiar. Por otro lado, se manifiestan miedos, dudas ante el mantenimiento de tradiciones y costumbres, falsas creencias, facetas racistas e incluso sentimientos de inferioridad.

En este escenario informativo podríamos indicar como las migraciones muestran aspectos beneficiosos (mejorar estatus, sueño europeo), pero también desarrollo de miedos (pérdida de identidad cultural, puesta en valor la religión, racismo), e incluso un acceso a la información más actualizado y amplio donde es posible tomar una óptica diferente a lo que nuestra propia sociedad nos sugiere por cuestiones culturales de lo que es positivo o negativo (Rudmin, 2010).

En consecuencia, las migraciones y los medios de comunicación en cualquier modo de asimilación cultural se pueden considerar como una amenaza para la identidad cultural de aquellas personas que pretenden realizar un proyecto migratorio. Del mismo modo, los discursos que van en contra de lo multicultural que en determinadas ocasiones se observan en los medios de comunicación occidentales, así como los posibles riesgos a los que se enfrenta un país al perder identidad cultural por culpa de las migraciones por parte de un universo discursivo en partidos políticos que pretenden fomentar una política migratoria rígida (Stuardo et al., 2021), pueden provocar distanciamientos y la proliferación de imaginarios sociales reacios a una visión global e intercultural (Aliaga, 2008). En definitiva, cabe estudiar las interpretaciones individuales y colectivas ante los procesos migratorios que son observados desde un punto de vista previo a la migración por parte de los jóvenes que pueden motivar o no los desplazamientos e incluso las relaciones entre países en base a la nacionalidad.

1.2. Objetivos

Por los motivos expuestos, se plantea como objetivo general de la investigación analizar el impacto que tienen los medios de comunicación españoles en los jóvenes marroquíes. A su vez, este estudio pretende analizar y comprender la influencia que tienen los medios en las migraciones de marroquíes hacia países europeos. De manera específica se plantean objetivos que corresponden a cada una de las dimensiones detalladas en el apartado resultados:

- Conocer los principales miedos que tienen a migrar a España.
- Comprender los motivos que los llevan a migrar fuera de su país.
- Percibir el impacto que tienen las redes sociales en las migraciones de los jóvenes marroquíes.

2.METODOLOGÍA

2.1 Diseño

La metodología empleada en este estudio es de tipo mixto, utilizando los métodos descriptivo y observacional, como mejor forma de acceder a la información de los participantes. Con tal fin, se ha procedido a triangular la recogida de datos para recabar información mediante técnicas cuantitativas y cualitativas, facilitando así la comprensión del tema.

2.2. Instrumentos

En primer lugar, se utilizó el cuestionario la SAHWA Youth Survey 2016 (2017), el cuál fue validado y utilizado anteriormente en el marco del proyecto FP-7 financiado por la UE "SAHWA": Investigación de la juventud árabe mediterránea. Este instrumento recoge diferentes temas como las características del hogar, oportunidades de empleo en Marruecos para jóvenes y educación, compromiso político y social de la juventud, género, migraciones y políticas públicas. Utilizando opciones de respuestas múltiples y escalas.

Para los datos cualitativos se llevaron a cabo grupos de discusión y entrevistas semiestructuradas con preguntas que giraban en torno a qué los motivaba o impedía migrar, qué percepción tenían de España, a qué medios de comunicación tenían acceso y otras cuestiones enfocadas a dar respuesta a los objetivos planteados.

2.3 Participantes

Respecto a los participantes, la tabla 1 nos muestra la relación de jóvenes y adultos participantes (n=96) y los rangos de edad de estos. Además, es posible observar las técnicas metodológicas empleadas distribuidas por géneros.

Tabla 1.
Distribución de los informantes

Tipo	Rango de edad	N.º de participantes
Jóvenes marroquíes	18-22	32
	23-26	24
	27-30	19
Adultos marroquíes		21
Técnica	Sexo	N.º de participantes
Grupo de discusión	Hombre	21
	Mujer	15
Entrevista	Hombre	8
	Mujer	9
Cuestionario	Hombre	51
	Mujer	29
Total		96

Fuente: Elaboración propia

2.4 Procedimiento de recogida y análisis de datos

El acceso a los informantes se realizó, en primer lugar, a través de los contactos facilitados por la Universidad Abdelmalek Essaadi de Tetuán (Marruecos) durante una estancia de investigación, y por diferentes asociaciones que trabajan con jóvenes en otras zonas del país. A través de los primeros contactos facilitados se utilizó la técnica «bola de nieve» (Cohen et al., 2000; Hernández y Mendoza, 2018) lo que permitió llegar a personas de más provincias, y posteriormente, seleccionar a los informantes de este estudio. La totalidad de las personas participantes cumplían con los siguientes criterios: a) ser jóvenes que se encontraban viviendo en Marruecos o personas adultas que tuvieran relación con la población joven; b) tener acceso a los medios de comunicación españoles; c) tener acceso a las redes sociales. Los investigadores realizaron una sesión individual para asegurar el cumplimiento de los criterios, informar a los jóvenes y adultos sobre el estudio y obtener su consentimiento informado por escrito en lo que respecta a criterios éticos.

La recogida de información se realizó a través de entrevistas semiestructuradas (17), grupos de discusión (4) y un cuestionario (80) la SAHWA Youth Survey 2016 (2017). Los datos cualitativos (entrevistas y grupos de discusión) fueron recogidos de manera presencial y virtual. Los de carácter presencial tuvieron lugar en el Centro Cultural Lerchundi situado en Tetuán (Marruecos) y en una sala cedida por la Universidad Abdelmalek Essadi de Tetuán (Marruecos), con el resto de las provincias se procedió de manera virtual utilizando Google meet. En ambos casos, se contó con la aprobación de los participantes para que los datos fueran grabados. Los datos cualitativos fueron recabados de manera virtual, utilizando un cuestionario Google Forms.

El análisis estadístico se realizó utilizando dos programas informáticos; el IBM SPSS versión 24 Mac se utilizó con los datos cuantitativos y NVIVO versión 14 para los datos cualitativos. Se realizó un análisis descriptivo de cada uno de los ítems para evaluar cuáles guardaban una relación estrecha con los datos obtenidos en las entrevistas y grupos de discusión. Además, se llevaron a cabo análisis comparativos de medias utilizando la

prueba T y χ^2 para muestras independientes, con el propósito de comprobar si existían diferencias significativas en las respuestas en función al sexo de los participantes.

Tabla 2

Dimensiones de la información y técnicas de recogida de la información

	ESMJ ¹	GDMJ ²	ESA ³	GDA ⁴	CO ⁵	CU ⁶
Miedo al racismo	X	X	X	X	X	X
Miedo a educar hijos/as en España	X	X	X	X	X	X
Ventajas de vivir en Europa	X	X	X	X	X	X
Redes sociales	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia.

¹Entrevistas semiestructuradas jóvenes. ²Grupos de discusión jóvenes. ³Entrevistas semiestructuradas adultos. ⁴Grupos de discusión adultos. ⁵Cuaderno de observación. ⁶Cuestionario.

Se le asignaron a los participantes atributos y códigos de identificación para analizar los datos. En el caso de los informantes podían ser jóvenes (J) o adultos (A). En cuanto al género hombre (H) o mujer (M). La nacionalidad en el total de los casos era marroquí (M) y las técnicas de recogidas de datos fueron entrevistas (E), grupos de discusión (GD) y cuestionarios (C).

3. RESULTADOS

Los resultados obtenidos en las entrevistas y grupos de discusión se dividieron en cuatro dimensiones relacionando cada una de ellas con los datos obtenidos de los cuestionarios.

3.1.Dimensión 1: Miedo al racismo

Referido a esta primera dimensión, se analizan en primer lugar, los datos sobre la percepción de los participantes —Tabla 3—.

Tabla 3.

Frecuencias de categorías y subcategorías de la Dimensión 1

Categoría	Frecuencia
Miedo al racismo	N.º Total 164
Percepción de prohibición a celebrar fiestas musulmanas en Europa (PF)	Nº19
Rechazo hacia los menores extranjeros no acompañados por parte de la población europea (RM)	Nº47
Sentimiento de inferioridad (SI)	Nº59
Rechazo por el aspecto físico y/o indumentaria (RF)	Nº39

Fuente: Elaboración propia

Se puede observar cómo muchos participantes muestran prejuicios y miedos ante la posibilidad de iniciar un proyecto migratorio en España. Específicamente, este rechazo gira en torno a aspectos relacionados con la religión, es decir, miedo de no poder practicar el islam de manera libre, celebrar fiestas típicas o sufrir rechazo por su indumentaria.

Otro de los aspectos que les preocupa es la criminalización que sufren los menores migrantes no acompañados. También destacan la labor de las personas que han migrado y están sacando adelante sectores como la agricultura y la hostelería. En definitiva, expresan miedo a que se les trate como a delincuentes por el hecho de ser marroquíes. Como ejemplo en las entrevistas, podemos observar los siguientes extractos.

Yo fuera del país creo que voy a encontrar prejuicios y racismo, no me van a tratar igual por ser de fuera (SI, JHMGD5)

Nosotros los musulmanes no tenemos que celebrar las fiestas de los cristianos, el respeto es simplemente dejar que lo hagan, no como en España, que está prohibido matar el cordero, y no se puede celebrar la fiesta” (PF, JHME7).

En Europa hay racismo con nuestras fiestas porque no nos dejan matar el cordero2 (PF, JMME3).

Además, y unido a ello, se ha podido evidenciar aspectos en torno a menores de edad y los empleos que suelen tener los migrantes en España. Al respecto, estas cuestiones nos expresan cómo la población desde origen conoce bien a través de los medios de comunicación cómo está el empleo en España y dónde suelen trabajar los migrantes. Esta cuestión es interesante dado que está relacionada además con aquellas personas compatriotas que deciden dedicarse al robo y no al empleo. Sorprende esta cuestión relacionada con actos delictivos, ya que no es precisamente una cuestión preocupante en España sino más bien esta cuestión es abordada con demasiada magnitud desde los medios de comunicación y por medio de *Fake News*. El siguiente extracto nos muestra un aporte a la cuestión.

Siempre hablan de los menores que están allí sin hacer nada, pero hay que darles también las gracias a las personas que están trabajando día y noche en el campo y sacan la agricultura adelante y en otros trabajos complicados que los españoles no quieren. Hay marroquíes que trabajan de albañil, como pintores, en el campo... son buena gente, y luego hay menores que no quieren hacer nada, solo dormir, les cuesta levantarse temprano para trabajar, prefieren robar, quieren una vida más fácil. Roban a una mujer y tienen el dinero de meses. ¿para qué van a trabajar como albañil o en la pintura? si pueden robar un móvil o una cartera fácilmente. Es un tema muy complicado (RM, JHMGD13).

Otro aspecto interesante es la desinformación o la escasa capacidad de comprender lo que muestran los medios de comunicación, la cual puede ser interpretada como racista.

Muchos jóvenes cuando ven noticias españolas no entienden bien lo que dicen y se equivocan, solo se quedan con la parte que les interesa. Aquí la gente normalmente se siente inferior cuando ve a un español por el tema del racismo, es porque sentimos que somos inferiores que en España. España es Primera División y África o Marruecos es segunda división, por eso creen que van a sufrir racismo (SI, AHME20).

La categoría sentimiento de inferioridad, obtenida del cuestionario, coincide con los datos obtenidos en el mismo —Tabla 4—. Solo en un ítem existen respuestas máximas (Totalmente de acuerdo) y, aun así, esta casilla fue marcada por menos de la mitad de las personas participantes. En cuanto al sexo, pudimos apreciar que no existen diferencias significativas entre hombres y mujeres. En cuanto a la significatividad bilateral (p) son todas significativas. En definitiva, las respuestas afirmativas en sintonía a auto percibirse como personas de valor y con buenas cualidades son escasas, lo que puede justificar los

resultados obtenidos en la parte cualitativa, cuando afirmaban sentirse inferiores a las personas europeas.

Tabla 4.
Autopercepción a nivel personal

	Hombre		Mujer		P
	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar	
Creo que soy una persona de valor, al menos, igual a cualquier otra	1.60	0.645	2.06	1.211	.000
Creo que tengo una serie de buenas cualidades	3.23	0.751	2.25	3.44	.000
A fin de cuentas, tiendo a pensar en mí mismo/a como un fracaso	1.67	0.865	40.4	1.78	.000
Soy capaz de hacer las cosas bien como la mayoría de las personas	3.37	0.787	4.44		.000
Siento pocas razones para estar orgulloso/a de mí mismo	2.02	1.080	38.12	1.244	.000
Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a	3.35	0.842	2.2	1.017	.000
En general, estoy satisfecho/a conmigo mismo/a	3.21	0.888	2.42	2.	.000
Desearía tener más respeto por mí mismo/a	3.19	1.052	10.46	2.854	.000

Fuente: Elaboración propia.

Nota: 1=Totalmente en desacuerdo. 2=En desacuerdo. 3=De acuerdo. 4=Algo de acuerdo. 5=Totalmente de acuerdo.

3.2.Dimensión 2: miedo a educar hijos/as en España

Cuando se preguntaba por la idea que tenían sobre España, las respuestas coincidían en el miedo a educar a sus hijos allí —Tabla 5—, ya que según les llegaba a través de las noticias y redes sociales los estilos educativos son muy permisivos y no podrían controlar su orientación sexual, religión, o incluso no poder ponerles límites.

Tabla 5.

Frecuencias de categorías y subcategorías de la Dimensión 2

Categoría	Frecuencia
Miedo a educar hijos/as en España	N.º Total 111
Mayor probabilidad de que ser homosexual (PH)	Nº21
Estilos educativos más permisivos, miedo a poner límites (ML)	Nº52
Miedo a que se alejen del islam (AI)	Nº38

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se exponen diversos extractos de entrevista de los y las participantes en el estudio:

Los valores de España son muy peligrosos, no imagino formar una familia en España porque hay mucha libertad, los niños allí hacen lo que quieren, no les puedes regañar porque te los quitan y lo peor es que pueden nacer niños gais (PH, JMMGD1).

Aquí no aceptamos que salga un niño gay, y allí es muy probable, porque se junta en el colegio con otros chicos gais, y las profesoras le dicen que eso puede ser, entonces es difícil (PH, JHMGD11).

Es muy difícil educar a un niño en España, si lo castigas mucho o le regañas el gobierno te lo quita, yo veo en la tele cómo son los niños los que le pegan a los padres, no me imagino educar a un niño así (ML, AMMGD4).

En España los jóvenes pueden beber, fumar, de todo, cuando llegan allí van a querer probar las cosas malas. Para nosotros eso es haram y si empiezan a probar drogas y a llevar mala vida ya solo quieren eso y se alejan de Allah (AI, AMME3).

En relación con los fragmentos anteriores, en el cuestionario más de la mitad de los participantes respondieron a la opción totalmente de acuerdo en el ítem «Es importante que esta persona cuide a las personas que le rodean» y solo 5 personas a la opción totalmente en desacuerdo, sin embargo en el ítem «La tradición es importante para esta persona; seguir las reglas establecidas por la religión o la familia» solo obtuvo 16 respuestas de totalmente de acuerdo, lo que contradice en cierta medida a la parte cualitativa, ya que un total de 38 personas mostraban miedo a que sus hijos se alejen del islam y 52 personas mostraban miedo a los estilos educativos permisivos. Sorprende, además, la relación entre ser homosexual y la supuesta permisividad en países como España por su aceptación.

Tabla 6.

Valores relacionados con la familia

	Hombre		Mujer		T
	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar	
Es importante que esta persona cuide a las personas que la rodean	1.52	0.918	1.56	1.132	0,456
La tradición es importante para esta persona; seguir las reglas establecidas por la religión o la familia	2.68	1.180	2.78	1.215	-,265

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6 puede observarse como no son significativas las diferencias en las medias de hombres y mujeres que respondieron a que es importante cuidar a las personas que le rodean. Sin embargo, si existe una diferencia significativa entre las personas que contestaron que la tradición es importante; seguir las reglas establecidas por la religión o la familia, obteniendo más respuestas afirmativas por parte de las mujeres, con una diferencia de -,265.

3.3.Dimensión 3: ventajas de vivir en Europa

Esta dimensión nos muestra las percepciones sobre las mejoras en la calidad de vida de las personas que han migrado hacia España y resto de Europa.

Tabla 7.

Frecuencias de categorías y subcategorías de la Dimensión 3

Categoría	Frecuencia
Ventajas de vivir en Europa	N.º Total 291
Más derechos sociales (DS)	N.º 83
Mayor calidad de vida (MCV)	N.º 79
Más oportunidades labores (OL)	N.º 75
Ventajas de no tener documentación en regla (VD)	N.º 14
Conseguir un Visado con el título de B1 de alemán (CV)	N.º 6
La Europa ideal no existe (NE)	N.º 16

Fuente: Elaboración propia

Como ejemplo, es posible evidenciar los siguientes extractos de entrevista, los cuáles nos muestran específicamente aspectos en torno trabajo, salud y derechos sociales.

En España es muy fácil conseguir un trabajo, además, aunque trabajes en la agricultura puedes vivir muy bien, no como aquí, que trabajas en el campo por 10€ al día (OL, AHME4).

En Europa si enfermas puedes ir al médico sin pagar y te tratan bien, aquí si no tienes dinero te mueres sin saber lo que te pasa, es muy difícil tener una

enfermedad y no poder hacer nada, solo por eso ya es mejor aquello (MCV), (DS, JMMGD2).

Para las personas que quieren ir a Alemania o Canadá se puede ir de forma legal teniendo el título de B1 o B2, ellos te dan un visado porque necesitan trabajadores, además, allí se vive muy bien y ya entramos de forma legal directamente y con un trabajo, no hay problemas de papeles (CV, JHMGD1).

Algunos tienen la idea de que carecer de documentación puede llegar a ser una ventaja a la hora de encontrar un empleo, son conscientes de que no tener su situación documental en regla supone un ahorro para los empresarios, ya que pueden trabajar sin estar dados de alta en la seguridad social y sin llegar a cobrar el salario mínimo interprofesional.

Los africanos, marroquíes, de Argelia y de toda África, cuando van a Europa, es que a ellos le dan un sueldo más bajo que a los europeos, por eso, es más fácil para ellos trabajar allí que para los españoles. Por ser gente sin papeles les dan menos dinero (VD, JMME10).

Los medios de comunicación afectan mucho aquí, porque cuando los jóvenes ven por la tele el sistema de vida español, la gente libremente por la calle vistiendo como quiere, haciendo cosas que aquí están prohibidas, ven a las chicas jóvenes, a la gente guapa, por supuesto ven el lujo. Cuando te sacan un programa en la tele no te muestra lo malo, yo creo que inventan cosas, hay muchos concursos de gente joven que solo se ve la buena vida sabes, la gente joven no ve el telediario, ni los reportajes sobre inmigrantes por eso, la gente aquí vive engañada y se cree que todo el mundo en Europa está bien, que todo el mundo está feliz, que todo el mundo tiene lo que necesita (NE, AHME2).

En Europa todo el mundo tiene lo que quiere, lo que vemos en la tele es un reflejo de la vida en Europa o en España, yo no voy a pasar mi vida en Marruecos viendo como allí puedo tener una vida mucho mejor (MCV, JMME7).

Por otro lado, tienen la visión de que en España se valora más a la juventud que en Marruecos, ya que, según las personas informantes, hay más oportunidades laborales.

España es un país que recibe talento, no lo rechaza como Marruecos que no valora el talento de sus jóvenes (OL, JHME3).

Si la gente ve informativos en todas las cadenas de España, ahora transmiten lo que es la realidad, que la cosa está así, tirando para mal. Pero si hablamos de otros programas de ocio, a lo mejor lo que está vendiendo Telecinco, aparte de que todos los españoles son gilipollas y perdón por la palabra, es que en España se vive de una manera de cuento de hadas, pero si ves programas como de La Sexta pues es lo que es la realidad (NE, AHME13).

3.4.Dimensión 4: redes sociales digitales

Por último, esta categoría nos muestra aquellas percepciones creadas por medio de redes sociales digitales.

Tabla 8

Frecuencias de categorías y subcategorías de la Dimensión 4

Categoría	Frecuencia
Redes sociales	N.º Total 275
Ver a jóvenes que han migrado a Europa con cosas que ellos no tienen (JM)	N.º 56
Ver a españoles que visitan Marruecos con cosas que no tienen y gastando mucho dinero (EM)	N.º 33
Falta de mano de obra en Europa, pero no ofrecen contratos para conseguir un visado (FC)	N.º 39
Los países europeos se benefician de Marruecos a través de la migración (BM)	N.º 41
Migración de funcionarios marroquíes a Europa (MF)	N.º 28
Benefician a los jóvenes, animándolos a estudiar idiomas y formarse (BJ)	N.º 23

Fuente: Elaboración propia

Como ejemplos concretos podemos observar los siguientes extractos registrados: Los niños tienen la idea de emigrar conforme van creciendo porque aquí no tienen nada. Además, esta idea se fomenta al ver en las redes sociales amigos que ya han migrado. Con 18 o 20 años tienen dinero, móviles, relojes, comen fuera, llevan ropa bonita, etc. Osea, ven pasta, solo ven que hay dinero y les parece todo muy fácil, por eso quieren lo mismo y piensan que la solución es migrar a España (JM, AHME1).

En el siguiente extracto se nos muestra la percepción sobre las ayudas europeas hacia España en relación con la inmigración.

El papel de nuestro país es importante para vuestros países porque sacan dinero de la Unión Europea. ¿Sabes cuánto dinero da la Unión Europea para hacer centros y cosas? Asustan a Alemania y a Noruega, de que se va a llenar de inmigrantes ilegales. Entonces el tema de la inmigración no es solo nuestra idea, el estado también está jugando con este cambio, España gana mucho dinero de Europa gracias a los migrantes que llegan (BM, JHME8).

Específicamente, podemos observar cómo las redes sociales digitales son herramientas para la información y cómo estas inciden sobre el imaginario social.

Los jóvenes marroquíes usan mucho las redes sociales, incluso usan los medios españoles como inspiración para su contenido en las redes sociales como Twitter e Instagram. A través de ellas, nuestros jóvenes pueden cambiar sus ideas respecto al tema nacional e internacional, animándolos a estudiar la lengua (BJ, AHMGD16).

Los jóvenes ven a otras personas de su edad que han migrado y piensan que allí todo es fácil, suben historias y publicaciones en las redes sociales con ropa buena y muchos lujos que aquí para ellos son inalcanzables, entonces quieren tener la misma vida (JM, AMMGD13)

En el siguiente extracto, podemos evidenciar la relación entre medios de comunicación hace años y las redes sociales digitales en la actualidad.

Antiguamente los medios audiovisuales llegaban solo a la mayoría de los hogares del norte de Marruecos y, por tanto, los niños y jóvenes estaban muy influenciados por la cultura española y los medios de comunicación españoles.

Sobre todo, porque los efectos coloniales todavía estaban muy presentes. Hoy en día, con la expansión de internet y su uso, el mundo se ha convertido en un solo pueblo y todos los medios están disponibles, por lo que la influencia de los medios ha disminuido claramente. Esto se evidencia con el descenso del uso de la lengua española y su sustitución por la lengua inglesa (BJ, AHME9).

A continuación, se muestra como las redes sociales son uno de los ejes vertebradores a la hora de impulsar las migraciones de jóvenes marroquíes hacia países europeos.

Por culpa de las redes sociales los jóvenes marroquíes están todos obsesionados con la idea de ir a España y esperan ansiosos la oportunidad. Sin embargo, posteriormente, cuando llegan a España los consideran un peligro real que amenaza a su país, ya sea en el aspecto económico o social, esto ha empeorado después de los dramáticos acontecimientos ocurridos en la frontera de Ceuta (JM, AMME3).

También valoran los aspectos positivos que les aportan las redes sociales, como son el conocimiento de otras culturas, lenguas, moda, etc.

Internet y las redes sociales nos dan acceso a la cultura española, el idioma, la música, etc. y estos pueden influir en la forma de vestir, el lenguaje y el estilo de vida en general (BJ, JHME5).

Las cosas que afectan exactamente a los jóvenes en general son las redes sociales y pueden cambiar la mentalidad de un joven. La cima de la pirámide son Instagram, Facebook y YouTube porque son aplicaciones internacionales y en esas páginas se muestran solo las cosas que son buenos para el mundo español. Los jóvenes marroquíes sueñan tener esas vidas que ven en las redes y pueden hacer lo imposible para vivir una vida tranquila con salario muy bueno, etc. (JM, JHME3).

En las dimensiones 3 y 4, pueden verse resultados relacionados con la idealización de Europa por parte de los países africanos derivada de las redes sociales o del turismo extranjero y/o migrante que retorna en periodo de vacaciones. A continuación, se puede observar que los datos obtenidos en estas dimensiones van en sintonía con la parte cualitativa del estudio.

Tabla 9

Razones que los llevan a querer mudarse al extranjero

	Hombres		Mujeres		χ^2	p
	f	%	f	%		
Falta de oportunidades en Marruecos	14	11.2	12	9.60	14.349	0.15
Ingresos inferiores que en el extranjero	8	6.4	10	8		
Malas condiciones de vida	6	4.80	4	0.32		
Mayores oportunidades de formación y estudio	15	12	6	4.80		
Atraído por las ventajas sociales	4	0.32	3	2.40		
n	80					

Fuente: Elaboración propia.

Nota: f=frecuencia, %=porcentaje, χ^2 = chi cuadrado; p=0,05

Como se aprecia —Tabla 9—, la mayoría de las respuestas del cuestionario en relación con las razones que los llevaban a querer mudarse al extranjero estaban relacionadas con la falta de oportunidades en Marruecos, seguido de que los ingresos en Marruecos eran inferiores y atraídos por las ventajas sociales. Sin embargo, la asociación entre variables no es estadísticamente significativa ($p>0.05$).

4.CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

En este artículo se han analizado los discursos que jóvenes marroquíes elaboran a través de medios de comunicación españoles sobre aspectos atrayentes o de repulsión a la hora de comenzar un proyecto migratorio. Utilizando una metodología mixta, se han explorado interpretaciones subjetivas en torno a cuatro dimensiones centrales: miedo al racismo; miedo a educar hijos/as en España; ventajas de vivir en Europa; y la influencia de redes sociales digitales.

Es posible concluir cómo los jóvenes estudian los medios de comunicación españoles, así como la información procedente de redes sociales digitales como instrumento de análisis en la configuración de un proyecto migratorio. Esta documentación por parte de los jóvenes contiene elementos positivos a nivel individual, ya que les previene de posibles problemas si finalmente deciden emprender un proceso de movilidad. No obstante, los medios pueden contener información errónea o manipulada, por lo tanto, se configuran procesos de desinformación que pueden aumentar los miedos por el otro, estimulan el racismo y tensionan las relaciones de tipo multicultural (Said-Hung et al., 2023). Además, puede influir en los procesos de inclusión una vez que llegan a los países receptores (Gómez-Quintero, et al, 2021). Se evidencian aspectos que confunden a los jóvenes como, por ejemplo, el disponer de mayores coberturas sociales y de derechos con manipulación relacionada con la orientación sexual (Murray, 2014), disponer de ayudas o prestaciones sociales con explotación laboral hacia el migrante e, información visualizada sobre partidos políticos en España con la percepción general de la población como discriminatoria hacia las migraciones. Estas interpretaciones individuales y colectivas han sido estudiadas (Bharali y Goswami, 2018;

Allcott y Gentzkow, 2017), plasmando las diferencias culturales existentes entre países que, estando tan próximos geográficamente, se sitúan lejanamente en la interpretación de determinados aspectos sociales y culturales. En definitiva, estos aspectos responden al objetivo específico relacionado con el miedo a migrar, así como el interés que les empujan a emprender un proyecto migratorio. Además, respecto al objetivo sobre cómo se percibe el impacto de las redes sociales en los jóvenes, es posible argumentar cómo estos emplean dichas redes como instrumento de aproximación e información para la configuración del imaginario y, posteriormente, el proyecto migratorio.

Resulta interesante evidenciar cómo varios participantes asumen el poder de manipulación que albergan los medios de comunicación sobre la juventud, de acuerdo con Walgrave (2008), pueden llegar a suponer un control social en algunos casos. Sin embargo, más allá de clarificar ideas, se perciben determinados comportamientos de la sociedad española como negativos. Que existan diferencias en alimentación, vestimenta o comportamientos ante la religión, son evidenciados como elementos negativos a la hora de comenzar un proyecto migratorio. Por el contrario, que exista el apoyo de la Unión Europea y mayor posibilidad de disfrutar de ayudas sociales, son aspectos estimuladores y que catalizan las ganas por migrar (Gutiérrez et al., 2023). En definitiva, se interpreta la realidad desde visiones controvertidas: por un lado, se tiende a la Europa idealizada donde es fácil encontrar un buen trabajo y disponer de derechos sociales y, por otro lado, se dibuja un continente donde prima el racismo, el odio y la islamofobia.

Estas conclusiones pueden resultar de interés a distintas organizaciones y políticas educativas que trabajan con jóvenes desde origen en el sentido de mitigar los efectos de las noticias falsas y expresar las verdaderas consecuencias de las migraciones, trabajando la prevención de las migraciones clandestinas y preparando a la juventud para que opten por proyectos de vida con una preparación previa al proyecto migratorio, evitando con ello, los conflictos que se generan al encontrarse con una realidad en los países receptores que no es la que esperan.

Futuras investigaciones podrían centrarse en la formación de profesionales, la prevención en origen, la capacidad de las administraciones públicas en hacer frente a la desinformación y, a su vez, a no mantener discursos de corte discriminatorio que terminan segregando más a la población tanto en origen como una vez llegan a España. Cómo hacer frente a la manipulación de los medios de comunicación y redes sociales digitales como estímulo para realizar proyectos migratorios, sería un área importante de investigación en lo que respecta a la educación y relaciones culturales.

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES Mariana Gómez-Vicario (Recogida información, análisis de datos, redacción y revisión del artículo.), Antonio Pantoja-Vallejo (Elaboración del marco teórico, redacción discusión y conclusiones) y José David Gutiérrez Sánchez (Análisis de datos y revisión del artículo).

FINANCIACIÓN: Esta investigación no recibió ninguna financiación externa.

* Los autores han informado a los participantes de la investigación y ellos han dado el consentimiento de participar en él.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aliaga, F.A. (2008). Algunos aspectos de los imaginarios sociales en torno al migrante. *Aposta Revista de Ciencias Sociales*, 39(1), 1-40. <https://acortar.link/5rP2nk>
- Aliaga, F.A., Flórez, A., Días, F. y Arias, J. (2022). Caminantes venezolanos. Imaginarios del destino en tránsito por Colombia. *Studi Emigrazione*, 226(1), 299-318. <https://acortar.link/KKuTfK>
- Alcott, H., y Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Anshari, M., y Alas, Y. (2015). Smartphones habits, necessities, and big data challenges. *Journal of High Technology Management Research*, 26, 177-185. <http://doi.org/10.1016/j.hitech.2015.09.005>
- Arce, S., Said-Hung, E., y Gutiérrez, J.D. (2023). Importancia y utilidad de las RRSS en la comunicación, difusión y diseminación científica de la educación en España. En E. Said-Hung y M.A. Merino (Eds), *Comunicación y diseminación científica a través de las redes sociales: aproximación desde el ámbito educativo en España*, (pp.17-39). Tirant lo Blanch.
- Arenas, A., Aguaded, I., y Sandoval, Y. (2021). Competencia mediática en docentes universitarios en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII (3), 272-286. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36769>
- Bartels, L. M. (1996). *Politicians and the press: Who leads, Who follows?* APSA.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bharali, B., y Goswami, A. L. (2018). Fake news: Credibility, cultivation syndrome and the new age media. *Media Watch*, 9(1), 118–130. <http://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i1/49277>
- Busso, M. (2023). Migraciones, mediatización y espacios digitales: sobre las configuraciones de la movilidad en la investigación. *Mediaciones*, 19(30), 142–154. <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.19.30.2023.142-154>
- Cheddadi El Haddad, Z. (2022). Vínculos sociales con la sociedad de origen. El caso de las personas magrebíes del País Vasco. *Revista De Estudios Internacionales Mediterráneos*, 32, 76–93. <https://doi.org/10.15366/reim2022.32.006>
- Cohen L., Manion L., y Morrison, K. (2000). *Métodos de investigación en educación*. Routledge/Flamer.
- Czaika, M. (2015). Migration and Economic Prospects. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 41(1), 58-82. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2014.924848>
- Pichastor, J.M., y Mugny, G. (2009). Social influence and discrimination: Perception of immigrants' adaptability and threat to national identity. *International Journal of Social Psychology*, 24(1), 3-15. <https://doi.org/10.1174/021347409786922943>
- Gimeno, C. (2018). Retos de la acogida residencial a menores que migran solos: hacia un Trabajo Social transnacional. *Cuadernos de Trabajo Social*, 31(1), 95-108. <https://doi.org/10.5209/CUTS.56005>
- Gimeno, C., y Mendoza, K. (2022). Making the Family Relationships of the Unaccompanied Youth Visible: An Opportunity to Include a New Actor in Children Care. *Residential Treatment for Children & Youth*, 41(1), 47-69. <https://doi.org/10.1080/0886571X.2022.2101581>

- Gómez-Quintero, J.D., Aguerri, J.C., y Gimeno, C. (2021). Representaciones mediáticas de los menores que migran solos: los MENA en la prensa española. *Comunicar*, 66(29), 95-105. <https://doi.org/10.3916/C66-2021-08>
- Green-Pedersen, C., y Stubager, R. (2010). The Political Conditionality of Mass Media Influence: When Do Parties Follow Mass Media Attention? *British Journal of Political Science*, 40(3), 663-677. <https://doi.org/10.1017/S0007123410000037>
- Gutiérrez, J.D., Epelde-Juaristi, M., y Abolafio-Moreno, M. E. (2023). Inserción sociolaboral de jóvenes inmigrantes no acompañados/as: ¿una respuesta efectiva en el camino hacia la autonomía? *Migraciones. Publicación Del Instituto Universitario De Estudios Sobre Migraciones*, 57(1), 1-20. <https://doi.org/10.14422/mig.2023.005>
- Hernández, R., y Mendoza, C.P. (2018). *Metodología de la investigación*. Educación McGraw-Hill.
- McDonald, K. (2016). *The social networks of unaccompanied asylum-seeking young people in the transition to adulthood* [Tesis Doctoral]. Universidad de York.
- McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Understanding Media*. Editorial Paidós SAICF.
- Murray, D. A. (2014). The (not so) straight story: Queering migration narratives of sexual orientation and gendered identity refugee claimants. *Sexualities*, 17(4), 451-471. <https://doi.org/10.1177/1363460714524767>
- Nykytchenko, K. (2019). Nonce words in mass media discourse (a case study of travel journalism innovations). *Communication Today*, 10(1), 62-75. <https://acortar.link/eVZ4Oz>
- Ortega, J., y Gutiérrez, J.D. (2018). El imaginario social en torno al proyecto migratorio de menores marroquíes. *Imagonautas*, 8(12), 109-125. <https://acortar.link/63NIR7>
- Park, S., y Gerrits, L. (2021). How migrants manifest their transnational identity through online social networks: comparative findings from a case of Koreans in Germany. *Comparative Migration Studies*, 9(10), 1-17. <https://doi.org/10.1186/s40878-020-00218-w>
- Quiroga, V., Venceslao, M., Chagas, E., y Lapadula, M. C. (2023). Evaluación participativa en un proyecto de integración con jóvenes migrantes no acompañados. Una apuesta por la transformación social. *Migraciones*, 57, 1-20. <https://doi.org/10.14422/mig.2023.009>
- Rodríguez, A. (2001). La socialización medial. *Comunicar*, 17(1), 122-125. <https://doi.org/10.3916/C17-2001-18>
- Rudmin, F. W. (2010). Editorial: Steps towards the Renovation of Acculturation Research Paradigms: What Scientists' Personal Experiences of Migration Might Tell Science. *Culture & Psychology*, 16(3), 299-312. <https://doi.org/10.1177/1354067X10371140>
- Sahwa Youth Survey 2016 (2017). *Data file edition 3.0*. Barcelona Centre for International Affairs (CIDOB).
- Said-Hung, E., Arce-García, S., y Mottareale-Calvanese, D. (2023). Polarización sentimental en Twitter durante el Paro Nacional de 2021 en Colombia. *Cuadernos.Info*, 55, 281-309. <https://doi.org/10.7764/cdi.55.50483>

- Senovilla, D. (2017). Normas y migraciones: entre gestión de la vulnerabilidad y control de la credibilidad. *Revista Andaluza de Ciencias Sociales*, 16, 1-17. <https://doi.org/10.12795/anduli.2017.i16.01>
- Shaffer, M., Ferrato, G., y Jinnah, Z. (2018). Routes, locations, and social imaginary: a comparative study of the on-going production of geographies in Somali forced migration, *African Geographical Review*, 37(2), 159-171. <https://doi.org/10.1080/19376812.2017.1354308>
- Stuardo, M., Soler-Campo, S., y Riera-Retamero, M. (2021). Discursos políticos y mediáticos contemporáneos sobre los inmigrantes: Una revisión de la investigación analítica del discurso en España. *Migraciones*, 52, 31-57. <https://doi.org/10.14422/mig.i52.y2021.002>
- Suárez-Navaz, L., y Jiménez, M. (2011). Menores en el campo migratorio transnacional. Los niños del centro (Drari d'sentro). *Papers*, 96(1), 11-33. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v96n1.94>
- Torrado, E., y Ceballos, E.M. (2023). La infancia enajenada: niñas y adolescentes extranjeras víctimas de la trata con fines de explotación sexual. *Migraciones. Publicación Del Instituto Universitario De Estudios Sobre Migraciones*, 57, 1-17. <https://doi.org/10.14422/mig.2023.008>
- Walgrave, S. (2008). Again, the Almighty Mass Media? The Media's Political Agenda-Setting Power According to Politicians and Journalists in Belgium. *Political Communication*, 25(4), 445-459. <https://doi.org/10.1080/10584600802427047>