

# **Marcos informativos de los refugiados y migrantes en los medios occidentales y sus efectos sobre las actitudes de los europeos frente a estos colectivos**

PLAN DE INVESTIGACIÓN

PROGRAMA DE DOCTORADO EN FORMACIÓN EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

**AUTOR:** Francisco Javier Jiménez Amores

**DIRECTOR:** Carlos Arcila Calderón

**FECHA:** 21 de mayo de 2018

## INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO (MÁXIMO 50 LÍNEAS):

*INTRODUCTION AND JUSTIFICATION OF THE TOPIC OF STUDY (50 LINE MAXIMUM):*

Los conflictos acaecidos en los últimos años en el mundo árabo-islámico han provocado que el total de desplazamientos forzados en el mundo, a finales de 2016, llegase a los 65,6 millones de personas, tras un incremento de un 55% en solo cuatro años, superando así las cifras recogidas durante la Segunda Guerra Mundial (ACNUR, 2017). A su vez, la llegada masiva de migrantes y refugiados a fronteras europeas como consecuencia de esos conflictos árabes, sumada a la gran recesión económica que vive el continente desde 2007, ha venido desembocando en importantes tensiones de carácter político y social, incluyendo el crecimiento de partidos de extrema derecha, movilizaciones contra la inmigración, ataques contra centros de asilo, o el cierre parcial de fronteras en diversos países. Con estos datos, no resulta sorprendente que una de las mayores preocupaciones y uno de los temas de mayor relevancia en la agenda política e informativa europea sea la ya denominada como Crisis Migratoria de Europa y el Mediterráneo, por todas sus implicaciones en el mundo occidental.

En este sentido, se presupone que los medios juegan un papel importante en este conflicto migratorio, ya que los distintos tratamientos que realicen de los refugiados y los sucesos relacionados con estos actores, y cómo sean éstos representados en las distintas plataformas informativas, podría tener un relevante efecto sobre la percepción de esas minorías por parte de los ciudadanos europeos. Y aunque no existan evidencias en el caso de los refugiados, sí que se conoce el efecto de los encuadres informativos sobre la opinión pública en muchos otros ámbitos. Lecheler, Bos y Vliegthart (2015) entienden el marco noticioso como una suerte de interpretación de la realidad, que forma opinión y modula las ideas de la audiencia. Así, en la actualidad se sabe que la forma que los medios tienen de enmarcar a un actor o acontecimiento influye sobre las audiencias, y que los efectos de esos marcos pueden ser de tipo cognitivo, emocional o actitudinal (Igartua, Moral-Toranzo y Fernández, 2012). En el plano de las actitudes y las opiniones específicamente, el denominado "efecto de encuadre" ha sido comprobado empíricamente en muy diversos estudios (e.g. Druckman y Nelson, 2003; Jacoby, 2000), aunque pocos de ellos se han centrado en el tema migratorio. Los pocos que sí lo han hecho (e.g. Brader, Valentino y Suhay, 2008; Igartua y Cheng, 2009; Van Gorp, 2005; Vliegthart y Roggeband, 2007), han demostrado que los encuadres sobre inmigración de valencia negativa pueden tener efectos perjudiciales en las actitudes y opiniones hacia los inmigrantes, y a la inversa. Además, estas investigaciones prueban que, a menudo, pequeños cambios en la representación de un actor o tema noticioso pueden producir y producen grandes cambios en las opiniones, actitudes y comportamientos de las personas (Chong y Druckman, 2007; Igartua, Otero, Muñiz, Cheng y Gómez, 2007; Lecheler, Bos y Vliegthart, 2015).

Sin embargo, sorprende que, mientras se producen multitud de estudios que estudian el fenómeno migratorio en términos globales, aun sean escasos los estudios que se enfocan específicamente en el tratamiento informativo de los refugiados, siendo una de las minorías más vulnerables, proclive y tendente a ser estereotipada y demonizada por los medios y, al mismo tiempo, de ser víctima de una opinión pública influenciada por esa cobertura mediática. Además, los pocos trabajos que se centran en los marcos de representación de los refugiados en los medios (e.g. Greussing y Boomgaarden, 2017; Lopez del ramo y Humanes, 2016; Pantti, 2016; Zhang y Hellmueller, 2017), aún no alcanzan a estudiar el efecto de tales marcos sobre las actitudes de los occidentales frente a los refugiados, sino que se limitan a detectar los tipos de encuadres más predominantes en los medios, sin conocer su repercusión real sobre la opinión pública europea.

Por otro lado, hay que señalar que, aunque la teoría del framing cada vez está más presente en el estudio de los medios, los trabajos enfocados particularmente en los marcos visuales como forma de persuasión y transmisión de ideas son aún muy escasos. Según Elena Palacios (2015), de todos los estudios basados en framing, tan sólo un 17% analizan el componente visual. Y el porcentaje será notablemente inferior si nos referimos a los estudios que se centran en los encuadres visuales relacionados con los migrantes y refugiados. Esto es algo que sorprende, considerando la relevancia cada vez mayor que tiene la imagen en los modos de tratamiento y de encuadre de las noticias, así como su poder de influencia y sugestión, y sus postulados efectos sobre las audiencias, que podrían ser de mayor intensidad que los producidos por el componente textual.

Con este pretexto se presupone más que estimable un estudio que atienda a la representación de los desplazados de carácter forzoso en todas sus tipologías por parte de los medios europeos, y partiendo de la teoría del framing informativo y del framing visual. El propósito de esta investigación será conocer de qué forma enmarcan los medios occidentales a los refugiados y/o migrantes a través del texto y de la imagen y, lo más importante, comprobar el tipo de efecto que tienen tales marcos sobre las actitudes de los europeos frente a esos colectivos, modulando su opinión y sus sentimientos, o reforzando quizás sus actitudes previas, pudiendo concluir así una serie de recomendaciones a tener en cuenta por medios de información y administraciones, en su labor informativa y de formación de opinión pública.

## HIPÓTESIS DE TRABAJO Y PRINCIPALES OBJETIVOS A ALCANZAR (MÁXIMO 50 LÍNEAS):

*WORKING HYPOTHESIS AND PRINCIPAL OBJECTIVES SOUGHT (50 LINE MAXIMUM):*

En el presente proyecto de investigación se plantean dos objetivos generales de los cuáles se extraen otros de carácter específico: el análisis de los marcos informativos, textuales y visuales, de los refugiados y/o migrantes en los principales medios europeos durante la vigente crisis migratoria (OG1), y el análisis del efecto de esos marcos sobre las actitudes de los ciudadanos occidentales frente a los refugiados y migrantes (OG2). Definidos así los principales propósitos de la futura investigación, se definen los siguientes objetivos específicos a alcanzar:

**OE1.** Identificar unos marcos informativos textuales y visuales específicos y predominantes sobre refugiados y migrantes en los principales medios europeos.

**OE2.** Identificar posibles diferencias entre los marcos predominantes de los refugiados y/o migrantes que transmiten los principales medios europeos a través del texto y los que transmiten a través de la imagen.

**OE3.** Conocer el tipo de efecto que tienen los distintos marcos informativos textuales y visuales de los refugiados y migrantes que difunden los medios europeos sobre las actitudes de los ciudadanos occidentales frente a esos colectivos.

**OE4.** Averiguar si existen diferencias en el efecto sobre las actitudes de los ciudadanos occidentales frente a los desplazados que tienen los marcos de refugiados y migrantes transmitidos en los medios europeos a través del texto y el que tienen los marcos transmitidos a través de la imagen.

Así, atendiendo a las evidencias extraídas de la revisión bibliográfica desarrollada, se ha podido comprobar que los medios y, en particular, los marcos informativos que transmiten a través del texto y la imagen, suelen tener una importante influencia sobre las actitudes de los ciudadanos frente a la inmigración (Brader, Valentino y Suhay, 2008; Igartua y Cheng, 2009; Igartua, Otero, Muñoz, Cheng y Gómez, 2007; Van Gorp, 2005; Vliegthart y Roggeband, 2007), y se espera que esta influencia también tenga lugar en el caso de los refugiados, entendiendo a éstos como una tipología específica de migrantes, cuyo desplazamiento tiene lugar de manera forzada. En este sentido, en los últimos años parecen haberse incrementado los sentimientos negativos hacia los desplazados, a medida que el conflicto migratorio se ha ido agravando, lo que parece haberse visto acompañado por una cobertura mediática diferente a la de la etapa primaria de la crisis migratoria, con marcos informativos más negativos y menos victimizadores (Zhang y Hellmueller, 2017). Esto viene pareciéndose más al tratamiento que ya hicieron los medios en el pasado sobre la inmigración a grandes rasgos (Igartua, Muñoz y Otero, 2006). Además, como comprueban Zhang y Hellmueller (2017) a través de un análisis de contenido de las noticias sobre la Crisis Migratoria difundidas por el medio alemán Der Spiegel y el medio internacional CNN, los marcos informativos pueden presentar divergencias respecto al ámbito geográfico, por muy diversas razones. En este caso, el medio alemán, adscrito a uno de los países más azotados por el conflicto migratorio, transmite más marcos negativos sobre los refugiados que el medio internacional. Así se demuestra que, aunque los encuadres negativos suelen predominar en la cobertura de los temas migratorios, también pueden existir diferencias según el contexto, en una dimensión temporal, pero también institucional y geográfica, entre los distintos medios y países. Y teniendo en cuenta la creciente ola de sentimientos y políticas anti-inmigración que sobresale en Alemania entre otros países de la Europa Occidental, y mayoritariamente en la última etapa del conflicto migratorio a escala continental, se puede concluir que, aunque no siempre, frecuentemente pueden apreciarse asociaciones entre la imagen y representación de los refugiados y migrantes que ofrecen los medios europeos en forma de marcos informativos, con las actitudes que prevalecen en los propios ciudadanos frente a esos colectivos a través del tiempo (Bansak, Hainmueller y Hangartner, 2016; Wike, Stokes y Simmons, 2016).

Respecto a la disyuntiva texto-imagen, cabe señalar que la imagen se presta al encuadre, así como a los principales métodos de enmarcado, de mejor manera y más eficazmente que el propio texto (Bock, 2017, mayo). Messaris y Abraham (2001) consideran que esto se debe a su poder simbólico, y que cuando tiene lugar una confrontación entre la imagen y la palabra, los marcos visuales suelen ganar. Y esta afirmación cobra mayor sentido cuando lo que se enfrenta al texto es una fotografía, ya que ésta, por su iconicidad, casi siempre parece más cercana a la verdad. Por esta razón el espectador suele considerarla una suerte de evidencia, de porción de realidad (Messaris y Abraham, 2001), pasando por alto la posibilidad de que pueda ser, igual que el texto, una construcción artificial que encuadre y enfatice ciertos elementos por encima de otros a través de múltiples técnicas como la selección, el recorte, o el retoque digital.

Con este pretexto, en relación a lo aquí argumentado y a los objetivos predefinidos, se plantean las siguientes hipótesis:

**H1.** Los marcos de representación del refugiado y/o migrante transmitidos por los principales medios europeos durante la crisis migratoria, tanto a través del texto como a través de la imagen, son predominantemente negativos.

**H2.** Existen diferencias significativas en los marcos de representación del refugiado y/o migrante predominantes en los principales medios europeos en relación al país al que se adscriben.

**H3.** Existen diferencias significativas en los marcos de representación del refugiado y/o migrante predominantes en los principales medios europeos en un plano temporal, entre los dos períodos predefinidos de la crisis migratoria de Europa y el Mediterráneo (2013-2015 / 2015-actualidad).

**H4.** Los marcos de representación del refugiado y/o migrante transmitidos por los principales medios europeos, tanto a través del texto como a través de la imagen, tienen un efecto directo sobre las actitudes de los ciudadanos europeos frente a los desplazados. Los marcos positivos incrementan las actitudes positivas y los marcos negativos incrementan las actitudes negativas.

**H5.** Los marcos de representación del refugiado y/o migrante transmitidos por los principales medios europeos a través de la imagen tendrán un efecto mayor sobre las actitudes de los ciudadanos europeos frente a los desplazados que los transmitidos a través del texto.

## **METODOLOGÍA A UTILIZAR (APORTAR CONFORMIDAD/INFORMES/PROTOCOLOS GARANTIZANDO BIOÉTICA/BIOSEGURIDAD SI EL TIPO DE EXPERIMENTACIÓN LO REQUIERE) (MÁXIMO 50 LÍNEAS):**

**METHODOLOGY TO BE USED (PROVIDE CONSENT FORMS/REPORTS/PROTOCOLS GUARANTEEING BIOETHICS/BIOSECURITY IF REQUIRED BY THE TYPE OF EXPERIMENTATION) (50 LINE MAXIMUM):**

La Tesis doctoral que aquí se plantea se desarrollará de acuerdo al código ético de investigación en educación de la British Educational Research Association (BERA, 1992), y se dividirá en las siguientes cuatro fases metodológicas diferenciadas:

**FASES 1 y 2:** En la primera etapa se estudiará la representación de los refugiados y migrantes que transmiten los medios europeos a través del texto y la imagen, partiendo de la teoría del framing informativo y del framing visual. Para ello, el trabajo se centrará en la detección de 4 marcos connotativos (Rodríguez y Dimitrova, 2011), predefinidos a partir de la revisión de la literatura. El primero de ellos es el marco de NORMALIZACIÓN (M1), que favorece una postura más asimilacionista e integradora de los desplazados (Castles y Miller, 2003). El segundo es el marco de VICTIMIZACIÓN (M2), que representa a los desplazados como individuos inocentes y mártires; este es uno de los detectados de manera más recurrente en los estudios de los marcos informativos de la inmigración (Van Gorp, 2005). El tercer y el cuarto marco serían de CARGA (M3) y de AMENAZA (M4), que representan a los desplazados como una posible carga o una posible amenaza para las sociedades occidentales, ya sea de tipo realista o de tipo simbólico (Bansak, Hainmueller y Hangartner, 2016; Esses, Veenvliet, Hodson, y Mihic, 2008; Schweitzer, Perkoulidis, Krome, Ludlow y Ryan, 2002); la diferencia entre ambos es que el de carga se asocia más con nociones culturales y/o económicas, y el de amenaza es un grado más negativo, y se asocia con nociones de seguridad, relacionadas frecuentemente con el terrorismo. A priori, se espera que los dos primeros marcos –Normalización y Victimización– influyan de manera positiva sobre las actitudes de los occidentales sobre los refugiados, mientras que los dos últimos –Carga y Amenaza– influyan de manera negativa sobre estas actitudes, por lo que a efectos prácticos se harán esos dos grupos de encuadres por el sentimiento que provocan.

Así, en las dos primeras fases se llevarán a cabo sendos ANÁLISIS DE CONTENIDO, una de las herramientas más avaladas para analizar el tratamiento informativo en el ámbito mediático (Neuendorf, 2002). El primero de ellos será sobre las imágenes (FASE 1) y el segundo sobre los textos (FASE 2) en los que aparezcan, en todo caso, representados individuos o colectivos de refugiados y/o migrantes. Para ello se desarrollarán dos instrumentos de medida diferenciados y fundamentados en estudios previos (Zhang y Hellmueller, 2017; López del Ramo y Humanes, 2016; Muñoz, Igartua y Otero, 2006), que se acompañarán de los correspondientes libros de códigos, que ayudarán al entrenamiento de los jueces que participen en la codificación para la prueba inter-coder. Los contenidos seleccionados como unidad de análisis serán localizados a través del portal buscador y agregador de noticias google news, y habrán sido publicados desde el inicio de la Crisis Migratoria de Europa y del Mediterráneo (desde 2013 hasta la actualidad). Los medios, seleccionados por su trascendencia y proyección internacional, y por adscribirse a distintas líneas editoriales dentro de sus propias fronteras, serán los siguientes: –Der Spiegel y Süddeutsche Zeitung (Alemania), –El País y El Mundo (España), –Le Monde y Le Figaro (Francia), –Corriere della Sera y La Repubblica (Italia), –Daily Mails y Reuters (Reino Unido).

**FASE 3:** En la tercera fase se realizará un ANÁLISIS DE SENTIMIENTO automatizado en Twitter, que ayudará a detectar a gran escala los sentimientos latentes en los usuarios de Europa Occidental frente a los desplazados. Este análisis se valdrá de la herramienta clasificadora de tweets basada en aprendizaje automático Autocop (Arcila, Ortega, Amores y Trullenque, 2017), desarrollada por el Observatorio de los Contenidos Audiovisuales con el apoyo del Plan t-cue. El análisis se realizará sobre los tweets en cuyo texto aparezcan las siguientes palabras clave predefinidas, en los idiomas de los distintos países preseleccionados: refugiado/refugiados, migrante/migrantes, inmigrante/inmigrantes. Específicamente, el clasificador será capaz de distinguir aquellos tweets en los que se denote un sentimiento positivo frente a los que transmitan un sentimiento negativo respecto al tema estudiado. El análisis de sentimiento será ejecutado en tiempo real durante las mismas fechas que se realice el euro-barómetro (mayo / junio). Con esto se podrán cotejar los resultados de las primeras fases de la investigación (cuyos marcos serán agrupados por su valencia) y, además, comparar los sentimientos presentes en Twitter con los recogidos por el Barómetro europeo, de donde se extraerán datos sobre cuánto apoyan (o rechazan) los ciudadanos europeos a los refugiados y migrantes, y cuánto apoyan (o rechazan) la integración europea, información que podría reflejar el sentimiento de los europeos y ser explicativa de sus actitudes frente a los desplazados.

**FASE 4:** En una última etapa se llevará a cabo un EXPERIMENTO con un diseño factorial 4x2, que permitirá comprobar empíricamente el efecto que tienen los distintos marcos de representación connotativa de los refugiados y/o migrantes sobre las actitudes que los europeos manifiestan respecto a esos colectivos. En dicho experimento se manipularán dos factores: 1–el marco informativo connotativo sobre refugiados y/o migrantes, con sus cuatro niveles (de normalización, de victimización, de carga y de amenaza); y 2– el canal a través del cual se transmiten esos marcos, con sus dos niveles (texto e imagen). La variable dependiente será el propio MARCO connotativo de los refugiados y migrantes, transmitidos a través de los dos canales manipulados, mientras que la variable dependiente, sobre la que se detectará el efecto de esos marcos, será la ACTITUD hacia los refugiados y/o migrantes, que será medida, entre otros ítems de control, a través de un constructo elaborado a partir de las escalas que miden las “actitudes europeas hacia la inmigración” en el eurobarómetro. A priori del diseño experimental se desarrollará un estudio piloto en el que se evaluarán de forma cualitativa, a través de un focus group, cuáles son las imágenes y los textos noticiosos en los que se destaquen con mayor fuerza los cuatro marcos connotativos de refugiados y/o migrantes predefinidos. Una vez seleccionados los contenidos que servirán como material de estímulo, se seleccionará una muestra específica, consistente en un 8 grupos experimentales y dos grupos control, asignados a cada uno de los canales de transmisión de los marcos. Cada grupo contará con un mínimo de 10 sujetos en ambos casos. A los participantes se les entregará un documento de consentimiento informado para participar en el estudio de naturaleza experimental, adaptado del Comité de Evaluación Ética de la Investigación. Para el correcto funcionamiento del estudio, además, todos los participantes deberán completar un cuestionario con medidas pre-test una semana antes de ser expuestos al material experimental, para evaluar sus actitudes frente a los refugiados y migrantes. A posteriori, e inmediatamente después de la exposición, los participantes rellenarán otro cuestionario con medidas post-test compuesto por escalas de auto-informe o auto-aplicadas que permitirán registrar los posibles cambios en la variable dependiente respecto al pre-test. Una semana más tarde, los participantes volverán a rellenar el mismo post-test, para comprobar si el efecto aumenta o persiste con el tiempo o si, por el contrario, disminuye.

## MEDIOS Y RECURSOS MATERIALES DISPONIBLES (MÁXIMO 50 LÍNEAS):

*MATERIAL MEANS AND RESOURCES AVAILABLE (50 LINE MAXIMUM):*

Este trabajo se desarrolla en el programa de Doctorado: Formación en la Sociedad del Conocimiento (García-Peñalvo, 2013; 2014; 2017; García-Peñalvo et al., 2017), siendo su portal la principal herramienta de comunicación y visibilidad de los avances (García-Holgado et al., 2015).

La investigación que aquí se plantea se desarrollará con el apoyo del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales (OCA), Grupo de Investigación de Reconocido (GIR) de la Universidad de Salamanca y Grupo de Investigación de Excelencia (GIE) de Castilla y León (GR319), con el que se encuentra vinculado como investigador y docente el director de esta Tesis Doctoral, Carlos Arcila. Siendo así, los principales recursos de los que se dispondrá en el transcurso de esta investigación serán tanto el propio espacio físico del observatorio, ubicado en la Facultad de Ciencias Sociales de Salamanca, como el equipamiento material y tecnológico, las licencias de software necesarias, así como el capital personal del propio grupo en términos de apoyo, asesoría y colaboración técnica, teórica y metodológica para el correcto desarrollo del trabajo.

En suma, dado que esta Tesis Doctoral se enmarcará en el multidisciplinar programa de Doctorado "Formación en la Sociedad del Conocimiento" de la Universidad de Salamanca, se prevé poder contar además con un apoyo transversal de cualquier otro grupo de investigación, profesor o investigador vinculado al programa.

Por otro lado, de manera más específica, para la búsqueda de información, así como para la pertinente revisión bibliográfica y la recopilación de las muestras a analizar, se contará con los recursos suscritos por la Universidad de Salamanca, así como los recursos en acceso abierto que se detallan a continuación:

- Bases de Datos internacionales: Web of science (FECYT), Scopus.
- Base de datos de producción científica hispana: Dialnet.
- Plataformas de acceso a revistas científicas: Springer Link, Science Direct.
- Portal de libros electrónicos: CIELO
- Repositorio documental de la Universidad de Salamanca: Gredos.
- Metabuscador de recursos y catálogo colectivo de las universidades públicas de Castilla y León: WorldCat.
- Buscador de contenido científico-académico: Google Scholar.
- Buscador y agregador de noticias: Google News.

En un plano más técnico y formal, en el transcurso de la investigación que aquí se plantea, se dispondrá también de los siguientes recursos y herramientas digitales, ya sea como medios propios o con licencia de la Universidad de Salamanca:

- Gestor bibliográfico: EndNote, Mendeley, Zotero.
- Paquetería de Microsoft Office: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint.
- Programa de administración de proyectos: Microsoft Project.
- Programa de análisis estadístico: IBM SPSS Statistics.
- Herramienta digital de ayuda a la investigación: Qualtrics.
- Programas de diseño gráfico y maquetación: Adobe Lightroom, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Adobe Illustrator.
- Programas de edición de vídeo y post producción: Final Cut Pro X, Adobe Premiere Pro, Adobe After Effects.
- Software de minería de datos y aprendizaje automático libre: WEKA.
- Software para análisis de datos cualitativos: NVivo.
- Lenguaje de programación: Python 2.7.
- Entorno de desarrollo integrado para Python: Pycharm.
- Interfaz de programación de aplicaciones API y API REST de Twitter.

**PLANIFICACIÓN TEMPORAL AJUSTADA A TRES AÑOS (MÁXIMO 50 LÍNEAS):**

**TIMING SCHEDULE OVER THREE YEARS / FIVE YEARS (Part time)(50 LINE MAXIMUM):**

PLANIFICACIÓN TEMPORAL TESIS. JAVIER JIMÉNEZ AMORES	2017	2018				2019				2020			
	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T	1T	2T	3T	4T
<b>PRIMER CURSO:</b>													
Planteamiento del tema a investigar													
Definición del problema de investigación													
Justificación de la investigación													
Objetivos e hipótesis													
Elaboración de índice provisional													
<b>MARCO TEÓRICO</b>													
Indagación, selección y elaboración del marco teórico													
<b>REVISIÓN DE LA LITERATURA</b>													
Revisión de la literatura sobre el tema de investigación													
Elaboración del estado de la cuestión													
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>													
Selección de metodologías a desarrollar													
Delimitación de objeto de estudio y unidades de análisis													
<b>PLAN DE INVESTIGACIÓN</b>													
Elaboración del Plan de Investigación ajustado a 3 años													
<b>1ª FASE METODOLÓGICA – ANÁLISIS DE CONTENIDO 1:</b>													
Análisis de contenido de imágenes en medios europeos													
Recopilación de imágenes sobre el tema acotado													
Construcción del instrumento de medida													
Comprobación de fiabilidad del instrumento													
Análisis de las imágenes													
Extracción y análisis de resultados													
Reporte de resultados y conclusiones													
<b>SEGUNDO CURSO:</b>													
Revisión de literatura actualizada y redacción de avances													
<b>2ª FASE METODOLÓGICA – ANÁLISIS DE CONTENIDO 2:</b>													
Análisis de contenido de texto en medios europeos													
Recopilación de textos con los criterios acotados													
Construcción del instrumento de medida													
Comprobación de fiabilidad del instrumento													
Análisis de los textos													
Extracción y análisis de resultados													
Reporte de resultados y conclusiones													
<b>3ª FASE METODOLÓGICA – ANÁLISIS DE SENTIMIENTO:</b>													
Análisis de sentimiento en tweets													
Definición de criterios para identificar sentimientos													
Preparación de corpus de entrenamiento													
Establecimiento parámetros y entrenamiento de algoritmo													
Ejecución del algoritmo clasificador													
Análisis resultados y comparación con marcos en medios													
Reporte de resultados y conclusiones													
Redacción avances y memoria													
<b>TERCER CURSO:</b>													
<b>4ª FASE METODOLÓGICA – EXPERIMENTO FACTORIAL:</b>													
Efecto de marcos sobre actitudes frente a los refugiados													
Estudio piloto: comprobación cualitativa de unidades													
Diseño de experimento factorial 4x2													
Localización y gestión personal con impresos de conformidad													
Ejecución de los 8 tratamientos													
Análisis de resultados:													
comparación efectos entre marcos y canales													
Reporte de resultados y conclusiones													
Redacción definitiva del manuscrito para la Tesis													
Preparación de presentación de Tesis													
Defensa de Tesis													

## REFERENCIAS

- ACNUR, (2017). Tendencias globales: Desplazamiento forzado en 2016 [en línea]. Recuperado de <http://www.acnur.org/fileadmin/scripts/doc.php?file=fileadmin/Documentos/Publicaciones/2017/11152>
- Arcila, C., Ortega, F., Amores, J., Trullenque, S. (2017). Análisis supervisado de sentimientos políticos en español: Clasificación en tiempo real de tweets basada en aprendizaje automático. *El Profesional de la Información*, 26(5), 10.
- Bansak, K., Hainmueller, J., y Hangartner, D. (2016). How economic, humanitarian, and religious concerns shape European attitudes toward asylum seekers. *Science*, aag2147.
- British Educational Research Association (1992). *Ethical guidelines for educational research*. British Educational Research Association. Recuperado de <https://www.bera.ac.uk/researchers-resources/resources-for-researchers>
- Bock, M. A. (2017, mayo). Theorizing Visual Framing: Metaphore, Mode, and Materiality. Comunicación presentada en el 67th Annual ICA Conference, San Diego, USA.
- Brader, T., Valentino, N. A., y Suhay, E. (2008). What triggers public opposition to immigration? Anxiety, group cues, and immigration threat. *American Journal of Political Science*, 52, 959-978. doi:10.1111/j.1540-5907.2008.00353.x
- Castles, S., y Miller, M. J. (2003). The age of migrations. *Population*.
- Chong, D., y Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 10, 103-126.
- Druckman, J. N., y Nelson, K. R. (2003). Framing and deliberation: How citizens' conversations limit elite influence. *American Journal of Political Science*, 47(4), 729-745.
- Esses, V. M., Veenvliet, S., Hodson, G., y Mihic, L. (2008). Justice, morality, and the dehumanization of refugees. *Social Justice Research*, 21(1), 4-25.
- García-Holgado, A., García-Peñalvo, F. J., & Rodríguez-Conde, M. J. (2015). Definition of a technological ecosystem for scientific knowledge management in a PhD Programme. In G. R. Alves & M. C. Felgueiras (Eds.), *Proceedings of the Third International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'15) (Porto, Portugal, October 7-9, 2015)* (pp. 695-700). New York, NY, USA: ACM.
- García-Peñalvo, F. J. (2013). Education in knowledge society: A new PhD programme approach. In F. J. García-Peñalvo (Ed.), *Proceedings of the First International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'13) (Salamanca, Spain, November 14-15, 2013)* (pp. 575-577). New York, NY, USA: ACM.
- García-Peñalvo, F. J. (2014). Formación en la sociedad del conocimiento, un programa de doctorado con una perspectiva interdisciplinar. *Education in the Knowledge Society*, 15(1), 4-9.
- García-Peñalvo, F. J. (2017). *Education in the Knowledge Society PhD Programme. 2017 Kick-off Meeting*. Paper presented at the Seminarios del Programa de Doctorado en Formación en la Sociedad del Conocimiento (16 de noviembre de 2017), Salamanca, España. <https://goo.gl/bJ5qKd>
- García-Peñalvo, F. J., Ramírez-Montoya, M. S., & García-Holgado, A. (2017). TEEM 2017 Doctoral Consortium Track. In J. M. Doderó, M. S. Ibarra Sáiz, & I. Ruiz Rube (Eds.), *Fifth International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality (TEEM'17) (Cádiz, Spain, October 18-20, 2017)* (Article 93). New York, NY, USA: ACM.
- Greussing, E., y Boomgaarden, H. G. (2017). Shifting the refugee narrative? An automated frame analysis of Europe's 2015 refugee crisis. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(11), 1749-1774.
- Igartua, J. J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J., y Cheng, L. (2009). Moderating effect of group cue while processing news on immigration: Is the framing effect a heuristic process?. *Journal of Communication*, 59(4), 726-749.
- Igartua, J. J., Moral-Toranzo, F., y Fernández, I. (2012). Cognitive, attitudinal, and emotional effects of news frame and group cues, on processing news about immigration. *Journal of Media Psychology*, 23(4), 174-185.
- Igartua, J. J., Muñoz, C., y Otero, J. A. (2006). El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la teoría del Framing. *Global Media Journal*, 3(5).
- Igartua, J. J., Otero, J. A., Muñoz, C., Cheng, L., y Gómez, J. (2007). Efectos cognitivos y afectivos de los encuadres noticiosos de la inmigración. *Medios de comunicación, Inmigración y Sociedad*, 197-232.
- Jacoby, W. G. (2000). Issue framing and public opinion on government spending. *American Journal of Political Science*, 750-767.
- Lecheler, S., Bos, L., y Vliegenthart, R. (2015). The mediating role of emotions: News framing effects on opinions about immigration. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(4), 812-838.
- López del Ramo, J. L., y Humanes, M. L. H. (2016). Análisis del framing visual y sus componentes en el tratamiento fotográfico de la crisis de los refugiados sirios en medios de prensa internacional. *Scire: representación y organización del conocimiento*, 22(2), 87-97.
- Messarís, P., y Abraham, L. (2001). The role of images in framing news stories. *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world*, 215-226.
- Neuendorf, K. A. (2002) *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Palacios, E. (2015). La construcción de los encuadres noticiosos de la inmigración en la prensa de Castilla y León. Salamanca: Universidad de Salamanca [Tesis doctoral].
- Pantti, M. (2016). Seeing and not seeing the Syrian crisis: New visibility and the visual framing of the Syrian conflict in seven newspapers and their online editions. *JOMEC journal*, (4).
- Rodríguez, L., y Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*, 30(1), 48-65. doi: 10.1080/23796529.2011.11674684
- Schweitzer, R., Perkoulidis, S., Krome, S., Ludlow, C., y Ryan, M. (2005). Attitudes towards refugees: The dark side of prejudice in Australia. *Australian Journal of Psychology*, 57(3), 170-179.
- Van Gorp, B. (2005). Where is the frame? Victims and intruders in the Belgian press coverage of the asylum issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484-507.

Vliegenthart, R., y Roggeband, C. (2007). Framing immigration and integration: Relationships between press and parliament in the Netherlands. *International Communication Gazette*, 69(3), 295-319.

Wike, R., Stokes, B., y Simmons, K. (2016). Europeans fear wave of refugees will mean more terrorism, fewer jobs. *Pew Research Center*, 11.

Zhang, X., y Hellmueller, L. (2017). Visual framing of the European refugee crisis in *Der Spiegel* and *CNN International*: Global journalism in news photographs. *International Communication Gazette*, 79(5), 483-510.