**¿Quién pagará por el muro? Twitter, Donald Trump y México:** **Un acercamiento con Big Data**

María Elena Meneses, Alejandro Martín del Campo y Héctor Rueda

Escuela de Humanidades y Educación. Tecnológico de Monterrey (México)

**Pre-Conference. LASA 2018**

Las noticias falsas y las redes se han convertido un tema impostergable para ser indagado por el campo de la comunicación sobre todo luego del triunfo de Donald Trump en Estados Unidos. Nuestra investigación identifica mediante técnicas computarizadas, análisis de contenido tradicional y análisis de redes sociales los patrones de flujos de comunicación individual, encuadres emocionales (Goffman & Rodríguez,1971) y prácticas mediáticas (Couldry,1992) que se conformaron a partir de la visita del entonces candidato Donald Trump a México en agosto de 2016. Esta visita estuvo marcada por un claro rechazo de los mexicanos y procedida de una intensa discusión en Twitter entre el presidente mexicano Enrique Peña-Nieto y Trump sobre quién pagaría por el muro.

La visita tuvo lugar en medio de serias amenazas contra México y los inmigrantes provenientes del Sur. Analizamos un ensamblaje de datos masivos (Big Data) con 300 mil tuits durante el día previo a la visita, el día de la visita y dos días posteriores mediante seis hashtags. Pudimos detectar diferentes formas de involucramiento político por parte de hispano parlantes y angloparlantes y el uso de bots para inferir los rasgos de las llamadas cámaras de opinión en relación con la que ha sido, la peor amenaza que México ha recibido de su vecino del norte luego de la guerra de 1847. Este año, la amenaza de construir un muro con cargo al presupuesto de México ha sido acompañado de acciones discriminatorias sin precedente en contra de la inmigración del Sur por parte del Presidente Donald Trump.

Discutimos qué aspectos de esta acción conectiva ( Bennett & Segerberg,2012) conformada a partir de un hecho noticioso pudieron ser explicados mediante técnicas computarizadas y cuáles no, al tiempo de sugerir de manera argumentada, la conveniencia de  aproximarse a fenómenos socioculturales de forma híbrida, es decir,  Big Data-Small Data así como mediante  métodos computarizados y tradicionales para el entendimiento de fenómenos complejos como los que caracterizan a nuestra contemporaneidad latinoamericana. En nuestra investigación está presente una reflexión sobre los límites de Twitter y la nueva dependencia científica que representa esta red social para los investigadores especializados en Comunicación Política del Sur -global.

Goffman, E., & Rodríguez, J. L. (2006). Frame analysis: los marcos de la experiencia. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. Information, Communication & Society, 15(5), 739-768.

Couldry, N. (2012). Media, society, world: Social theory and digital media practice: Polity