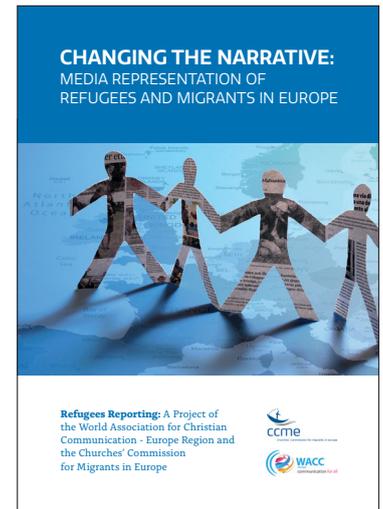


# CAMBIANDO EL DISCURSO: LA REPRESENTACIÓN DE LOS REFUGIADOS Y LOS MIGRANTES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EUROPEOS

**Refugees Reporting:** un proyecto de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana en Europa y la Comisión de las Iglesias para los Migrantes en Europa



## RESUMEN EJECUTIVO

A nivel mundial, estamos presenciando niveles de desplazamiento sin precedentes. Según la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), hay en la actualidad más de 65 millones de personas en todo el mundo que se han visto obligadas a abandonar sus hogares. En Europa, aunque en 2017 ha disminuido el número de llegadas con respecto a la cifra récord de más de un millón de llegadas registradas en 2015, la acogida y la integración de los refugiados y migrantes sigue siendo una cuestión política, económica y cultural que genera profundas divisiones.

*Refugees Reporting* es un proyecto de investigación y sensibilización llevado a cabo durante 2017, con el fin de defender los derechos en materia de comunicación de los refugiados que buscan un paso seguro para cruzar los países europeos y establecerse en uno de ellos, así como de luchar contra la intolerancia y la discriminación de las que son víctimas.

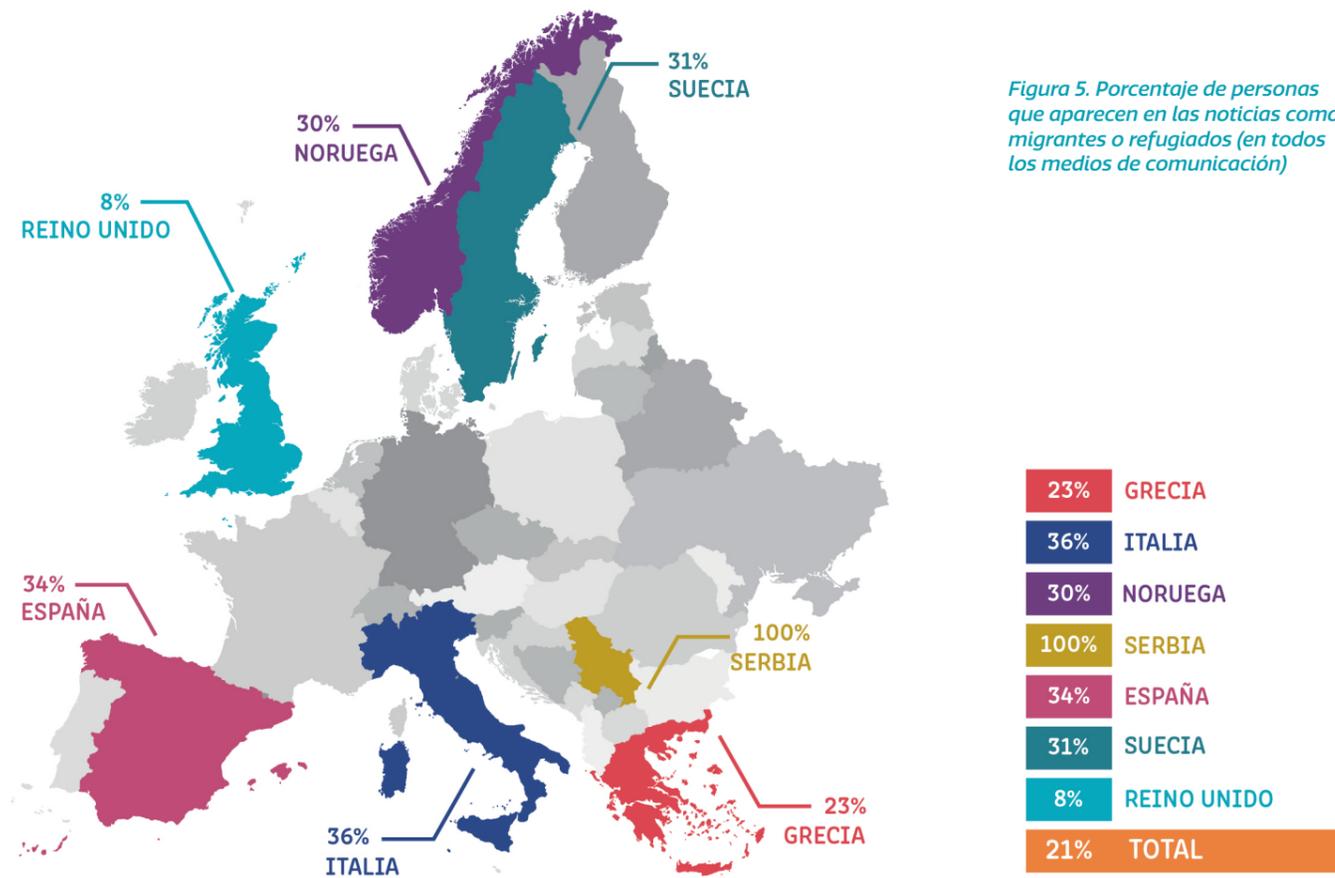
Los coordinadores del proyecto, la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana en Europa (WACC, por sus siglas en inglés, Europa) y la Comisión de las Iglesias para los Migrantes en Europa (CIME), están convencidos de que la representación de los refugiados y los migrantes en los medios de comunicación ejerce

una influencia fundamental en el tono del debate público y, en última instancia, en la acogida y la integración de los refugiados y los migrantes en sus nuevos países.

Por ello se ha realizado una investigación para analizar la forma en que los medios de comunicación presentan a los refugiados y los migrantes en Europa. Los países que participaron en el estudio fueron Grecia, Italia, España, Serbia, el Reino Unido, Suecia y Noruega. Asimismo se llevaron a cabo entrevistas con los representantes de redes de refugiados y con los medios de comunicación, así como una consulta que reunió a personas de ambos grupos para analizar los resultados iniciales del estudio.

Los resultados del seguimiento de los medios reflejan patrones generales, más que un panorama representativo de la región, dado que en este estudio inicial los casos analizados constituyen una muestra relativamente pequeña y los resultados difieren mucho de país en país. El propósito del presente informe es suscitar el debate en torno a los temas que se abordan, basarnos en las tendencias positivas y servir de inspiración para que se lleven a cabo más estudios y se adopten medidas para combatir los problemas que se señalan.

## CONCLUSIONES PRINCIPALES



### Solo el 21% de las noticias sobre asilo y migración hacen referencia a un refugiado o a un migrante.

Más del 75% de las historias sobre asuntos de migración y asilo analizadas en este proyecto no presentaban a un refugiado o a un migrante concreto, ni incluían sus relatos o experiencias. Eso es así, en parte, porque la mayoría de los artículos centraban la atención en la legislación nacional. No obstante, el estudio revela un patrón de invisibilidad que marca una clara línea divisoria entre las políticas que se están debatiendo a nivel político y los efectos de estas sobre las personas.

### Ciertos grupos de personas son aún más invisibles.

La ausencia de las mujeres y de otros grupos de personas en las noticias sobre refugiados y migrantes es flagrante. Del 21% de los artículos que mencionaban a un refugiado o un migrante, solo en una cuarta parte (27%) esa persona era una mujer. En otras palabras, de todas las personas mencionadas en los artículos, solo el 6% eran refugiadas.

Se aprecia también una marcada ausencia de algunas comunidades en las noticias. Por ejemplo, los afganos, a pesar de ser el segundo grupo más extenso de solicitantes de asilo en la Unión Europea, figuran como el cuarto grupo más representado en los artículos del estudio. Además, los datos sugieren que los nigerianos constituyen la mayor parte de las llegadas actuales a Italia y una parte considerable de

la población migrante de Europa, sin embargo, los ciudadanos de esa región de África occidental solo aparecían en el 2% de los artículos analizados en la muestra.

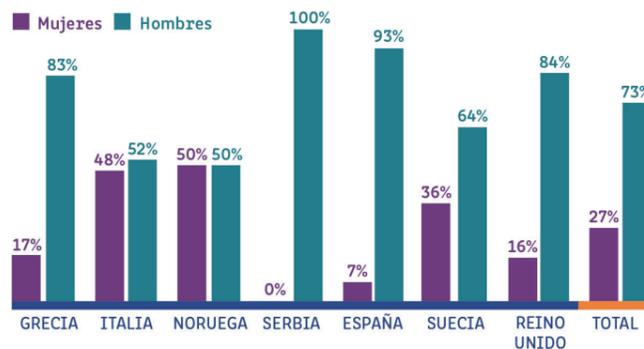
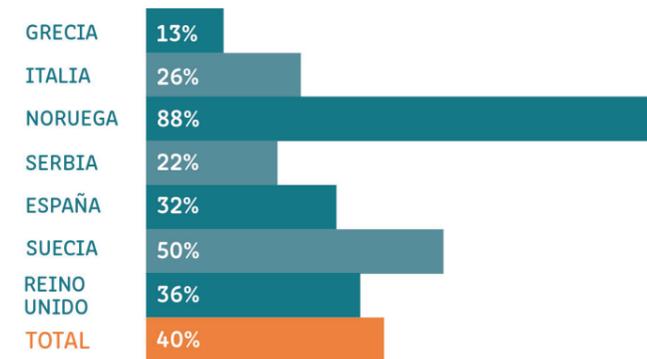


Figura 7. Género de las personas que aparecen en las noticias como migrantes o refugiados (todas los medios de comunicación)

### Del 21% de las noticias que hacían alusión a los migrantes o refugiados, menos de la mitad (40%) ofrecía citas literales.

Ese resultado indica una tendencia a representar a los refugiados y migrantes de forma indirecta en las noticias. Las citas literales son la forma más veraz de representar a las personas. La imprecisión en la representación puede inducir fácilmente a malentendidos, y estos, a su vez, pueden provocar una falta de tolerancia.

Figura 11. Porcentaje de refugiados/migrantes citados literalmente en las noticias, todos los medios



### En la mayoría de casos, a los refugiados y migrantes solo se les identifica por su desplazamiento.

La función y el papel de los migrantes que reflejan las noticias manifiestan tendencias de marginalización más amplias. En la gran mayoría de los casos (67% de la muestra total), los migrantes y refugiados son elementos pasivos de la noticia; solo en el 3% de los casos figuran como profesionales. En el 43% de los artículos que mencionan a un refugiado o migrante, no se especifica su profesión; mientras que en el 27% de los casos, la única "ocupación" mencionada es la de migrante o refugiado. Cuando los medios no van más allá de la etiqueta de refugiado y el público acepta tácitamente refugiado como ocupación, se priva a las personas de su humanidad y su dignidad. Al etiquetarlos de esa manera, no solo se les niega un espacio para expresarse, sino que se asume que esa etiqueta es todo lo que hay que saber sobre esas personas.

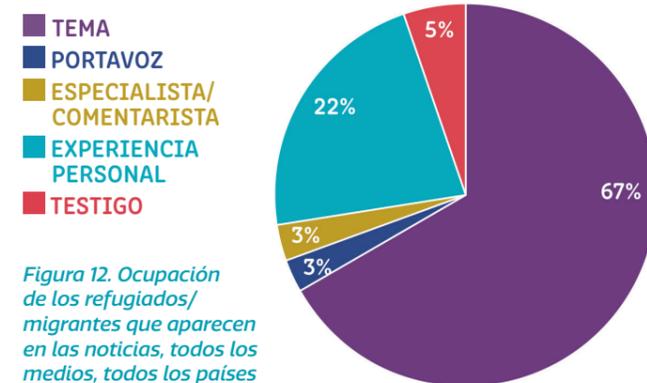


Figura 12. Ocupación de los refugiados/migrantes que aparecen en las noticias, todos los países

### La terminología utilizada y la imparcialidad pueden ser signos positivos.

Los resultados muestran un uso reducido del término "migrante ilegal". El uso de la terminología adecuada sugiere una buena comprensión del tema y evita crear confusión en los lectores. Sin embargo, las observaciones globales en la terminología utilizada mostraron diferencias significativas entre países; aparecen otros términos, además de "refugiados", "migrantes" y "solicitantes de asilo" cuyas connotaciones positivas o negativas se desconocen.

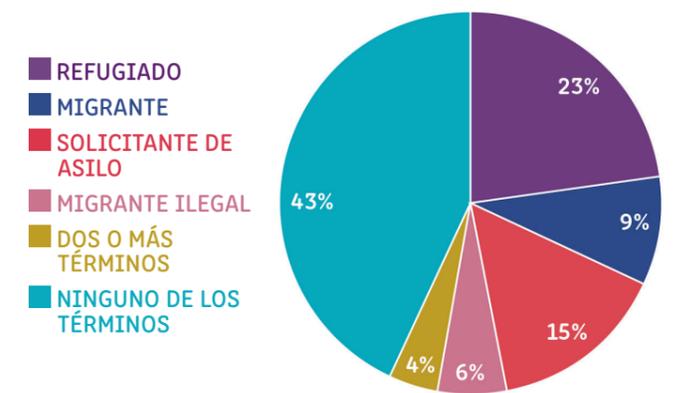


Figura 8. Terminología utilizada para referirse a migrantes/refugiados en las noticias, todos los medios, todos los países

Los participantes del proyecto se sorprendieron positivamente por el tono generalmente neutro de aproximadamente la mitad de las noticias de la muestra, mientras que se consideró que un tercio de ellas mostraban un tono simpatizante. Es vital practicar un periodismo imparcial, que presente hechos y perspectivas desde diferentes ángulos. *El periodismo simpatizante*, sin embargo, corre el riesgo de presentar en exceso al refugiado como víctima. Por lo tanto, en lugar de simpatizar, los periodistas deben esforzarse por *empatizar*, permitiendo que la persona se exprese y abordar la cuestión desde la comprensión, basándose en los hechos.

Si bien parece que, en el último año, los asuntos de la migración y el asilo han disminuido su presencia en las noticias, siguen siendo problemas que afectan a millones de personas en Europa y a decenas de millones en todo el mundo. El papel de los medios en ese contexto es más importante que nunca. Los medios pueden presentar y explicar los problemas, proporcionar información fidedigna sobre ciertos temas y acontecimientos que pueden resultar controvertidos o ser mal interpretados, y servir como una plataforma para dar voz a los propios refugiados y migrantes. Eso permite al público dejar atrás las etiquetas y ver a una persona real, con experiencias y conocimientos.

Este proyecto ha resaltado la importancia de respetar el código deontológico existente de la profesión periodística, de fomentar la confianza y crear capacidad entre los grupos de refugiados y los profesionales de los medios de comunicación, de mejorar los conocimientos que los medios tienen de las organizaciones no gubernamentales que trabajan con refugiados y, sobre todo, de dar voz a la diversidad, la experiencia y los conocimientos de los propios refugiados y migrantes.

Debemos cambiar el discurso que aún, con demasiada frecuencia, habla de una "crisis de refugiados" en Europa. La crisis no es una crisis de cantidad o capacidad, sino de voluntad política y de comprensión.

Puede consultar el informe completo en: <http://www.refugeesreporting.eu/report/>

## RECOMENDACIONES

### Para los profesionales de los medios de comunicación y las agencias de noticias

**Respetar** los cinco principios básicos del periodismo ético: precisión, independencia, imparcialidad, humanidad y responsabilidad.

**Respetar** las cinco directrices para informar sobre migración: concéntrese en los hechos, no en los prejuicios; conozca la ley, demuestre humanidad, incluya todas las voces, y evite las expresiones de odio.

**Asegúrese** de que hace un uso mejor y más consistente de las referencias a la legislación nacional e internacional en materia de derechos humanos y derechos de los refugiados.

**Siga** haciendo uso de la terminología correcta; evite a toda costa el uso de términos que tienen una connotación negativa en el contexto local.

**Incluya** más casos concretos de refugiados y migrantes en sus noticias sobre refugiados y asuntos migratorios, y cítelos literalmente con más frecuencia.

**Vele** por que todas las comunidades de refugiados y migrantes que viven en Europa ocupen un espacio adecuado en las noticias, para así combatir la invisibilidad y mejorar la integración social.

**Vaya** más allá de la etiqueta: los refugiados y los migrantes son profesionales, preséntelos como tales en sus noticias.

**Busque** y comparta noticias que se centren en la contribución positiva de los refugiados y los migrantes en los países de acogida.

**Considere** la posibilidad de ofrecer formación a periodistas para promover la sensibilidad cultural y aumentar la representación de las mujeres en las noticias sobre migración.

**Fomente** los vínculos y el fortalecimiento mutuo de capacidades con las redes y grupos de refugiados.

**Procure** aumentar la diversidad de su redacción, incluyendo en su equipo a más personas cuyas familias –o ellas mismas– hayan vivido la experiencia de ser refugiadas o migrantes.

### Para organizaciones y grupos dirigidos por refugiados

**Localice** a los periodistas especializados en migración y asilo a nivel local y nacional, y póngase en contacto con ellos para entablar una relación.

**Enseñe** a las comunidades de refugiados a usar las redes sociales y anímelas a utilizarlas para llegar a diferentes públicos, aprovechando para ello los conocimientos de los más jóvenes.

**Interactúe** con los medios de comunicación, a todos los niveles, con el fin de sensibilizarlos sobre las organizaciones de refugiados, las oportunidades, las situaciones que afrontan y las necesidades de los refugiados y los migrantes.

**Contribuya** a identificar a personas que estén dispuestas a contar su historia y busque formas de compartir las experiencias personales de los refugiados para así ayudar al público a comprender sus realidades y puntos de vista.

**Comprenda** bien las necesidades de los medios de comunicación para ser capaz de presentar las historias de la manera más efectiva posible y de una forma que permita a los medios sacarles el mayor partido.

### Para las organizaciones de la sociedad civil que trabajan con refugiados y migrantes

**Otorgue** a los refugiados y migrantes con los que su organización tiene relación el derecho de decidir si quieren o no colaborar con profesionales de los medios de comunicación.

**Vele** por que los refugiados y los migrantes puedan expresar su opinión en todos los asuntos que les conciernen.

**Ayude** a que las historias se presenten desde una perspectiva humana.

**Colabore** con los profesionales de los medios de comunicación para crear programas de formación que mejoren la capacidad mediática de las organizaciones dirigidas por refugiados.

**Colabore** con las organizaciones dirigidas por refugiados para crear programas de formación que mejoren la capacidad de los periodistas para informar sobre migración.

### Y para todos

Trabajen juntos para que en Europa se deje de hablar de “crisis” y se hable de “oportunidad”, para que se pase de hablar de “avalanchas de personas anónimas” a hablar de personas reales, cada una con su propia historia, sus esperanzas y sus capacidades.

---

**Puede consultar más información sobre el proyecto en:** [www.RefugeesReporting.eu](http://www.RefugeesReporting.eu)

Refugees Reporting es un proyecto de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana en Europa y la Comisión de las Iglesias para los Migrantes en Europa. La realización del proyecto ha sido posible gracias al apoyo financiero del fondo Otto Per Mille (OPM), de la Iglesia valdense en Italia. Las siguientes organizaciones aportaron contribuciones financieras adicionales: la Iglesia Evangélica de Renania (Alemania); el Consejo Mundial de Iglesias; y la CIME, en colaboración con la Conferencia de Iglesias Europeas y la WACC Mundial.

Proyecto financiado por el fondo Otto Per Mille de la Iglesia valdense en Italia

OTTO PER MILLE  
ITALY

WALDENSIAN CHURCH  
UNION OF METHODIST AND WALDENSIAN CHURCHES



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>