

INFORME INMIGRACIONALISMO 2022

TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LAS MIGRACIONES EN ESPAÑA



Un proyecto de:

Autoría y edición:

Red Acoge

Dirección:

c/ Cea Bermúdez, 43, 3º B
28003 - Madrid, España

Tel.: + 34 91 563 37 79

Fax: + 34 91 550 31 14

E-mail: acoge@redacoge.org

Web: redacoge.org

Twitter: @REDACOGUE

Facebook: /RedAcoge

Instagram: @redacoge

Este material es gratuito y queda prohibida cualquier comercialización del mismo.

Proyecto financiado por:

SECRETARÍA DE ESTADO
DE MIGRACIONES

DIRECCIÓN GENERAL DE ATENCIÓN
HUMANITARIA E INCLUSIÓN SOCIAL
DE LA INMIGRACIÓN



Cofinanciado por
la Unión Europea

INFORME INMIGRACIONALISMO 2022

TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LAS MIGRACIONES EN ESPAÑA

AGRADECIMIENTOS

Red Acoge quiere agradecer su participación y apoyo a todas las organizaciones, asociaciones e instituciones que han contribuido al desarrollo de este informe y, de manera especial, a las 86 personas que han compartido con la organización sus reflexiones sobre el tratamiento mediático de las migraciones en España:

Alba Camazón, Ana Cordobés, Alma López, Ana Martínez, Ana I. Rodrigo, Andrés Marciales, Arancha Jiménez, Arturo Borra, Basma Benaissa, Borja Melchor Fernández, Carlos Soledad, Clara Esteban, Cláudia Morán Mato, Cristina P. Siqueira, Daouda Kebe, David Flores, Diego Matos, Diego Sacristán, Elhadji Babacar Mbaye, Elis Nieves, Elsa González Salas, Ester Fernández, Eva Muñoz, Fabiola Barranco Rianza, Francisco Javier Ramos, Gladis Grados, Gonzalo Sánchez, Halima Moubhale, Igor Baron, Jairo Espinoza, Jaqueline Restrepo, Javier Alfaro, Javier Bauluz, Javier Fariñas, Joan Canela, José María Chomón, José Wilmar Vallejo, Judith Trejo, Keyla Alegría, Leticia Guevara, Lola Hierro, María Reginalda Niuema, María Teresa Martín Melgarejo, María Yakelin, Marta Saiz, Maryam Taherzadeh, Meman Kanta, Michell Machado, Minerva Oso, Mohcine El Matalib Nahim, Mouhamadou Diam Diallo, Mouhcine Megadi, Nesrin Ouis, Neudelys Acuña, Nini Dione, Oksana Dikoia, Orokiatou Jiaki, Raquel de Blas, Rita María Nacimiento, Rosalía Santaolalla, Salome Liparteliani, Sarah Babiker Moreno, Svetlana Suranova, Ummar Qadir, Vanda Kadagishvili, Xiaolu Yang, Youssef M. Ouled, Yousra Takaroumt.

Agradecer también a las más de 450 personas que han participado en nuestro cuestionario online sobre percepción del tratamiento mediático de las migraciones por parte de la ciudadanía, aportando una nueva perspectiva al estudio.

ÍNDICE

1	Introducción	6
2	Metodología	8
3	Líneas de investigación y datos de la investigación	11
	Uso de las fuentes	13
	Uso de la imagen	16
	Uso del lenguaje	18
	Elección de la temática	21
4	Propuestas de mejora	26
5	Conclusiones	29
6	Bibliografía	32

1 | INTRODUCCIÓN

Cada año acudimos a una oferta en incremento de informaciones sobre migración, cuyo tratamiento y enfoque tiene un impacto directo en la vida de las personas migrantes. La capacidad de los medios de conformar y fijar ideas en el imaginario colectivo, su influencia social y el amplio protagonismo mediático del que gozan las migraciones son factores ineludibles de dicho impacto, y exigen mantener una mirada crítica hacia este tratamiento, con el objetivo de contribuir a su mejora y a que los medios ejerzan su responsabilidad como agentes socializadores.

Red Acoge lleva 30 años trabajando por la defensa de los derechos y la atención de las personas migrantes y refugiadas, acompañando en su proceso de inclusión y participación social. Entendiendo que los medios son un agente clave en este proceso, desde el año 2014 se ejecuta el proyecto *Inmigracionalismo. Migración y Medios de Comunicación*, centrado en el análisis del tratamiento mediático de las migraciones y en la sensibilización y formación de los agentes clave en este proceso.



Desde el inicio del proyecto, se han analizado 25.000 informaciones sobre migración, lo que ha proporcionado una amplia panorámica sobre la evolución de su tratamiento mediático. Además de permitir identificar las principales estrategias discursivas generadoras de estereotipos y prejuicios sobre las migraciones, relacionadas con el uso del lenguaje, las imágenes y las fuentes, y con la elección de la temática. Dichas estrategias se han convertido en los ejes de análisis que vertebran esta investigación y el presente informe, en el que se analiza la medida en la que están presentes en la prensa española, se evalúan las consecuencias de su aplicación y la percepción de la ciudadanía sobre ellas.

“Desde 2014, se han analizado más de 25.000 informaciones sobre migración”.

Tras el análisis de las informaciones y la realización de *focus groups* y encuestas, una vez extraídas las conclusiones pertinentes, el objetivo es que estas adquieran una perspectiva práctica, impulsando la mejora de la representación mediática de las migraciones a través del conocimiento de su tratamiento actual, creando un apartado de propuestas de mejora, y a través de la formación y sensibilización de los distintos agentes clave implicados en el proceso: los medios y periodistas como emisores de la información y la ciudadanía en general como receptora de la misma.

Queda, por supuesto, un largo camino por delante hasta afianzar un tratamiento mediático de las migraciones que cuente con un enfoque de derechos, de género de infancia y una perspectiva intercultural, que preserven la dignidad de las personas migrantes y sea fiel a la realidad migratoria, mostrando toda su diversidad. Por este motivo, se hace un llamamiento a las y los profesionales de la información, cuya labor como garantes de la libertad de expresión y de una información veraz y de calidad les convierte en aliados naturales en la defensa de los derechos humanos, al igual que a la ciudadanía como consumidora de información.

2 METODOLOGÍA

La presente investigación cuenta con la combinación de metodologías cuantitativas y cualitativas con el objetivo de estudiar el tratamiento mediático de las migraciones en la prensa española.

Respecto a la parte cuantitativa, la técnica utilizada es el análisis de contenido, cuya muestra se compone de un total de 2.619 piezas informativas sobre migración procedentes de 24 medios, de las cuales 1.565 proceden de medios de ámbito estatal y 1.054 de ámbito regional o autonómico. Se trata, en concreto, de las siguientes cabezas: *ABC, Canarias7, Diari Ara, Diario de Burgos, Diario de Navarra, Diario La Rioja, El Confidencial, El Correo, eldiario.es, El Español, El Faro de Ceuta, El Mundo, El Norte de Castilla, El País, El Periódico, Faro de Vigo, La Nueva España, La Opinión de Murcia, La Razón, La Vanguardia, La Voz de Galicia, Las Provincias, Público y Rioja2.*

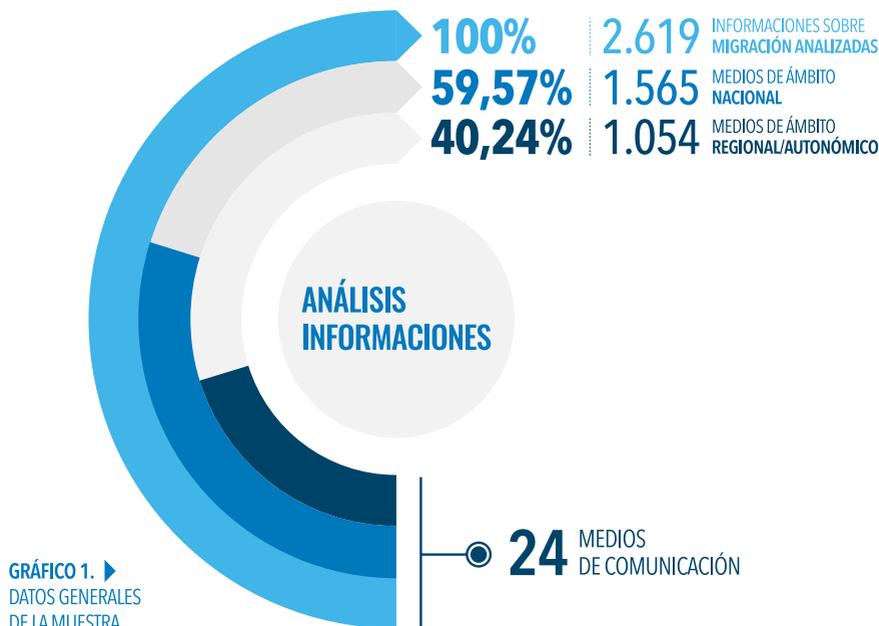


GRÁFICO 1. ▶
DATOS GENERALES
DE LA MUESTRA

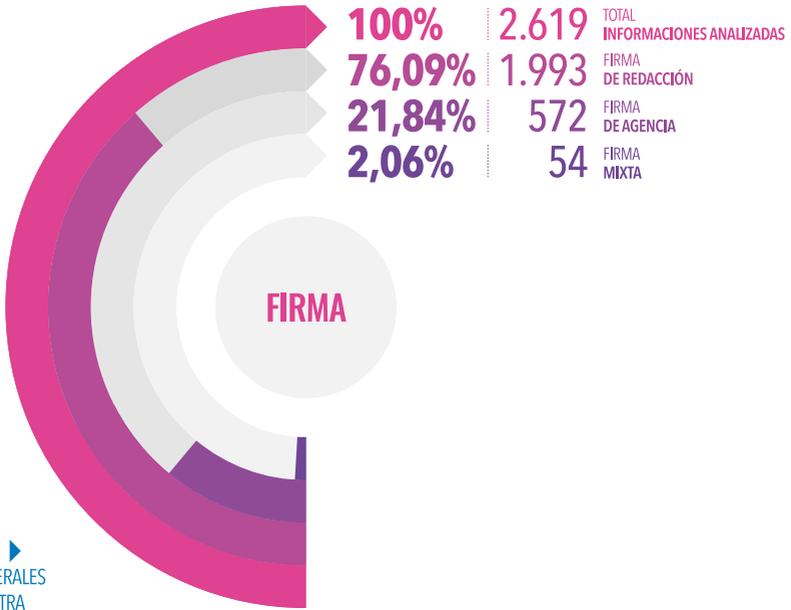
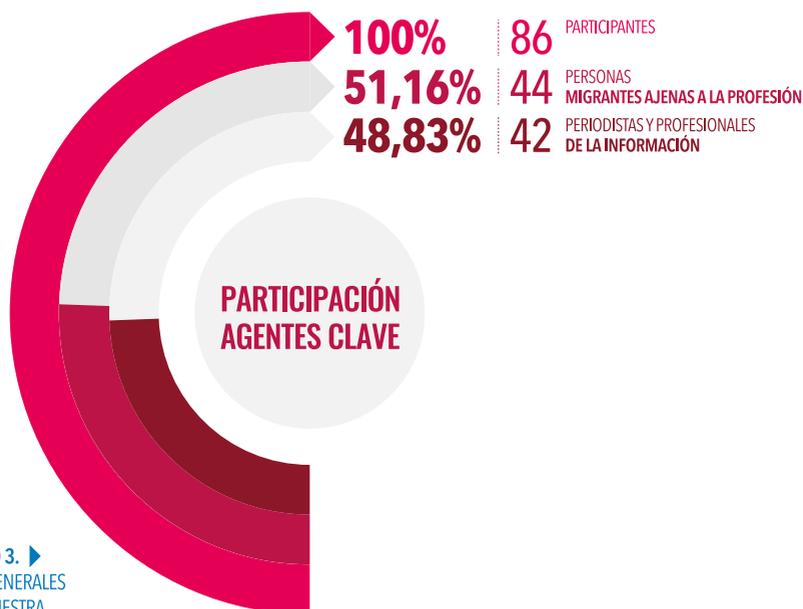


GRÁFICO 2. ▶
DATOS GENERALES
DE LA MUESTRA

Se han monitorizado y analizado las informaciones sobre migración de estos medios durante un periodo de seis meses -de febrero a agosto de 2022- en las diferentes provincias en las que se ejecuta el proyecto (Burgos, Córdoba, La Rioja, Madrid, Murcia, Pontevedra, Salamanca, València y Valladolid). La elección de medios responde a diversos criterios: además de incluir a las principales cabeceras españolas, muestran una amplia pluralidad en cuanto a línea editorial, lo que proporciona una visión y unos resultados más representativos. La elección del período de tiempo que abarca este análisis viene motivada por la naturaleza temporal de la ejecución del proyecto en el que se enmarca esta investigación, que ha de ser de año natural, habiéndose ampliado al máximo el tiempo de análisis, teniendo en cuenta la duración mínima de las fases de preparación, elaboración y redacción del informe, y la necesidad de una muestra representativa.

Las piezas analizadas se han registrado a través del monitoreo semanal de los 24 medios citados anteriormente, manteniendo una dualidad en la dinámica de trabajo basada en la recogida y el análisis. El método utilizado es el propio de una investigación cuantitativa, consistiendo en un análisis de contenido en prensa durante las fechas señaladas. Dado que los estudios cuantitativos siguen un patrón predecible y estructurando, buscamos regularidades y relaciones causales entre las piezas recogidas para determinar las características del tratamiento de los periódicos españoles sobre el tema objeto de la investigación. Al ser una investigación analítica, se establece la comparación de variables en el objeto de estudio sin aplicar o manipular, es decir, estudiándolas como se dan de manera natural¹.



¹ Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y P. Baptista Lucio (2006): Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill. Pp. 18 - 45.



Respecto a la parte cualitativa, se han combinado las técnicas de *focus group* y la entrevista en profundidad con profesionales de la información y con personas migrantes, a través de los que se pretende ahondar en el análisis de este tratamiento mediático desde su perspectiva y, a través de las conclusiones extraídas, aportar profundidad a los datos obtenidos con metodología cuantitativa. Entre mayo y septiembre de 2022 se han llevado a cabo 13 *focus groups* en ocho de las nueve provincias en las que se ejecuta el proyecto y 21 cuestionarios (dirigidos a profesionales). Han participado un total de 86 personas, concretamente 42 periodistas y profesionales de la comunicación y 44 personas migrantes ajenas a la profesión. En cuanto a la participación de profesionales se ha procurado incidir especialmente en aquellos especializados en la cobertura de migraciones, aunque se cuenta con un amplio espectro de profesionales de la comunicación. Respecto a la participación de personas migrantes se ha incidido en personas con un nivel de español medio-alto que facilitase la expresión y comprensión de la información y posterior debate necesario para la extracción de conclusiones. Para apoyar la realización de ambas técnicas cualitativas de *focus groups* y la entrevista en profundidad (a través de cuestionarios individuales) con una base coherente y complementaria a la metodología cuantitativa, se ha generado un guion específico para cada uno de los tipos de *focus group* y un guion acorde para el cuestionario individual, basado en las estrategias discursivas que vertebran el análisis de contenido y acompañándolas de ejemplo concretos que tangibilicen los temas a tratar.

“Se han llevado a cabo 13 focus groups en 8 provincias. Han participado 86 personas, 42 de ellas periodistas y profesionales de la comunicación y 44 personas migrantes ajenas a la profesión”.



GRÁFICO 4. ▶
DATOS GENERALES
DE LA MUESTRA

Este año, por primera vez, en consonancia con el análisis de noticias, los *focus groups* y las entrevistas en profundidad, hemos realizado un cuestionario abierto a la ciudadanía para conocer la percepción actual sobre el tratamiento mediático de las migraciones, en la que han participado un total de 458 personas.



3 | LÍNEAS Y DATOS DE LA INVESTIGACIÓN

Durante 2022, desde el proyecto Inmigracionalismo, se han analizado 2.619 informaciones sobre migración procedentes de 24 medios nacionales, regionales y locales, más de 80 personas han participado en los grupos de discusión organizados en las diferentes provincias en las que se ejecuta el proyecto y 458 personas han participado en nuestra encuesta.

A continuación, se exponen los principales datos generales que se desprende de esta muestra:

USO DE LAS FUENTES

El uso de las fuentes por parte de los medios de comunicación no está ligado únicamente a un ejercicio de transparencia, fiabilidad y calidad periodística, sino que se trata de un recurso imprescindible para construir el relato, contar la noticia y conferir credibilidad a la información y a su proceso de producción². Dar mayor relevancia a unas fuentes en detrimento de otras puede ser un ejercicio de exclusión si partimos de la base de que el mensaje, también el periodístico, no solo puede ser discriminatorio por su texto -lo que dice- sino también por su contexto: quién habla, a quién habla, cuándo y con qué objetivo³. Por ello, resulta imprescindible analizar el uso de las fuentes e identificar cuáles son las principales voces presentes en la información sobre migración.

² Diezhandi, P. (cord.) (2007). Periodismo en la era de internet. Barcelona, Ariel. P. 63.

³ Van Duijk, T. (2011). Sociedad y discurso. Cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación. Barcelona: Gredisa.

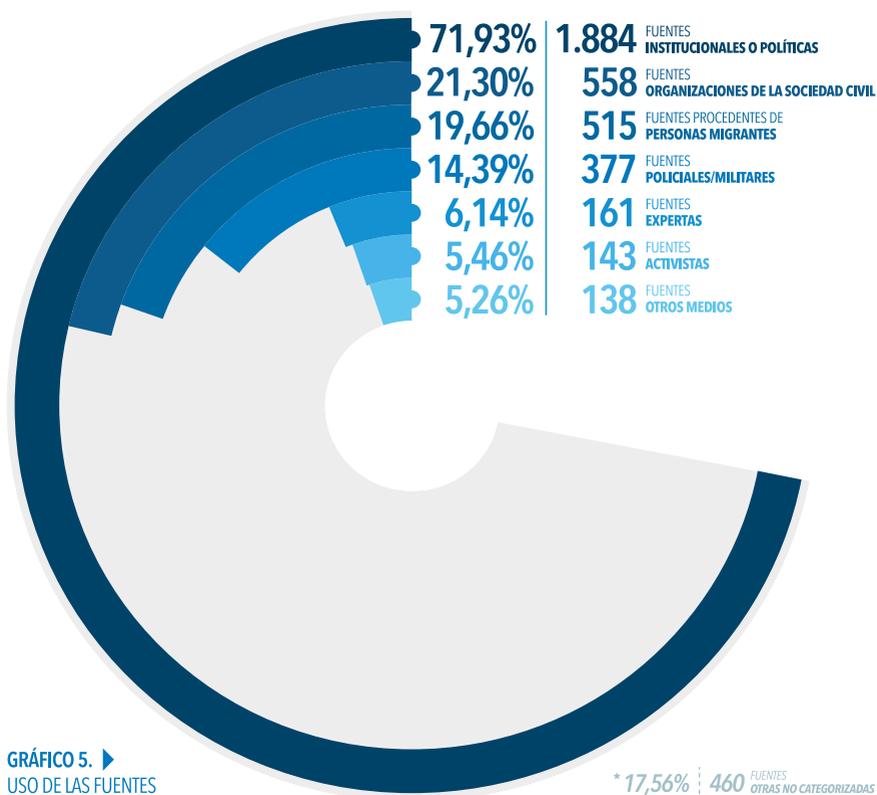


GRÁFICO 5. ►
USO DE LAS FUENTES

“Más de un 80% de las informaciones no cuentan con voces migrantes entre sus fuentes”.

Se observa una preeminencia clara de las fuentes institucionales y políticas, presentes en más del 70% de las informaciones analizadas. En cambio, las fuentes migrantes continúan con una presencia reducida en comparación, dando lugar a que más de un 80% de las informaciones no cuentan con voces migrantes entre sus fuentes.



Comparativa 2020 - 2022

En los últimos tres años se mantiene el silenciamiento de las personas migrantes, ya que el porcentaje de presencia de voces migrantes como fuente se mantiene en torno al 20%. Se aprecia un leve descenso de un 5,56% en la presencia de fuentes policiales o militares.

Desde los profesionales de la información

Se apunta como causa principal del bajo porcentaje de fuentes migrantes en informaciones sobre migración a la inmediatez y a la precariedad que atraviesa el sector periodístico actualmente, apuntando que las fuentes institucionales cuentan con un mayor grado de accesibilidad. Se identifican como barrera a la hora de acceder a testimonios de personas migrantes el papel de las organizaciones sociales como mediadoras y la reticencia de muchas personas migrantes a colaborar con periodistas y medios de comunicación.

Desde las personas migrantes

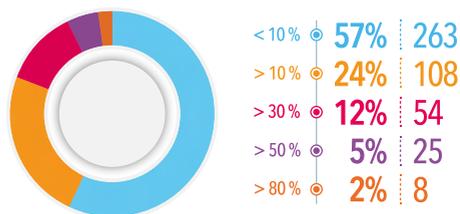
Se aduce una infravaloración de las fuentes migrantes frente a otros tipos, generando deshumanización y descontextualización, además de dificultar una representación honesta de la diversidad que caracteriza la realidad migratoria actual. Se reconocen las dinámicas y tiempos con los que trabajan medios y periodistas como una de las principales causas generadoras de rechazo a la hora de colaborar.

Desde la ciudadanía

El 57% de las personas participantes en el cuestionario dirigido a la ciudadanía considera que las personas migrantes participan como fuente menos del 10% de las informaciones sobre migración, un 24% considera que en más de un 10% de las informaciones. En este caso se aprecia que la percepción de la ciudadanía entorno al uso de las fuentes no difiere en exceso de los datos obtenido en el análisis, aunque sí se percibe una presencia menor de personas migrantes que la identificada (19,66%).

- ¿EN QUÉ PORCENTAJE CREE QUE SE UTILIZAN FUENTES O TESTIMONIOS DE PERSONAS MIGRANTES EN LAS INFORMACIONES SOBRE MIGRACIÓN?

GRÁFICO 6. ▶
PERCEPCIÓN DEL TRATAMIENTO
MEDIÁTICO POR PARTE
DE LA CIUDADANÍA



USO DE LA IMAGEN

El uso arbitrario de las fotografías e imágenes que ilustran piezas periodísticas pueden ser un factor generador de estereotipos y prejuicios hacia la población migrante dado que, por su propia naturaleza, poseen una gran fuerza descriptiva e icónica y su 'uso' puede producir efectos a nivel cognitivo, alterando así lo que se percibe como audiencia. En prensa, la imagen es una información⁴ más que forma parte del contexto informativo e, incluso, puede llegar a gozar de autonomía propia⁵ –aunque siempre exista una relación intrínseca entre texto e imagen–, de ahí la necesidad de estudiar el tratamiento de la imagen en las informaciones sobre migración.

El 99,13 % de las informaciones sobre migración analizadas contaban con fotografía (86,75%) o vídeo (12,37%), de ellas en un 20,23% se ha identificado un uso inadecuado, siendo la principal causa de esta categorización la vulneración de los derechos de la infancia identificada en más de un 40% de los casos.

4 MUÑIZ, C. Imágenes de la Inmigración a través de la fotografía de prensa: un análisis de contenido. Comunicación y sociedad. Vol.XIX. Núm. 1 (2006). P.109.

5 Eulàlia Fuentes. ¿En periodismo también una imagen vale más que mil palabras? [en línea]. "Hipertext.net", Núm. 1, 2003. <<http://www.hipertext.net>>



Comparativa 2020 - 2022

El porcentaje de imágenes categorizadas con un uso inadecuado desciende levemente (UN 2,6%), en cambio el porcentaje de imágenes con esta categorización por vulnerar los derechos de la infancia asciende en un 21,01%.

Desde los profesionales de la información

Se identifica una falta de representatividad de la diversidad real de las migraciones, poniendo el foco únicamente en las llegadas por Frontera Sur de personas procedentes de África Subsahariana. Además, se señala la representación como bloque o masa, apuntalando estereotipos o prejuicios sobre las personas migrantes. Se perciben diferentes tratamientos de la imagen en función de la procedencia de las personas o del flujo migratorio que se retrate.

Desde las personas migrantes

Se apunta como principal consecuencia a la presentación de las migraciones como una realidad homogénea por la limitada representación que se realiza, centrada en las fronteras. Esta representación, ligada primordialmente a los procesos de llegada y no al proceso de acogida e inclusión, es considerada como una de las principales herramientas que refuerza el discurso preventivo.



DATOS

CON IMAGEN	86,75%	2.272
CON VÍDEO	12,37%	324
SIN IMAGEN/VÍDEO	0,87%	23



DATOS

IMÁGENES CATEGORIZADAS COMO INADECUADAS	20,23%	529
---	--------	-----



DATOS

VULNERAN DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA	42,91%	227
NO RESPETAN LA DIGNIDAD DE LAS PERSONAS	27,22%	144
GENERAN DESCONTEXTUALIZACIÓN	13,42%	71
FOMENTAN ESTEREOTIPOS	10,96%	58
*OTROS	5,29%	28

GRÁFICO 7. ►
USO DE LAS FUENTES

USO DEL LENGUAJE

El lenguaje, como “órgano que forma el pensamiento” y, por lo tanto, estructurador de realidades⁶, supone un elemento clave a la hora de analizar la representación mediática de las migraciones.

6 Humboldt, A (1998). Sobre la diversidad de la estructura del lenguaje humano y su influencia sobre el desarrollo espiritual de la Humanidad. Barcelona: Círculo de Lectores.



Durante los ocho años de análisis y ejecución del proyecto se han identificado una serie de prácticas léxico-semánticas presentes en las informaciones sobre migración que son generadoras de estereotipos y prejuicios: el uso de un lenguaje metafórico/hiperbólico/alarmista/beligerante,, el uso del término 'ilegal' para referirse a personas o procesos migratorios, la deshumanización anteponiendo la condición migratoria a la humana obviando la palabra 'persona', y la atención injustificada de la nacionalidad.

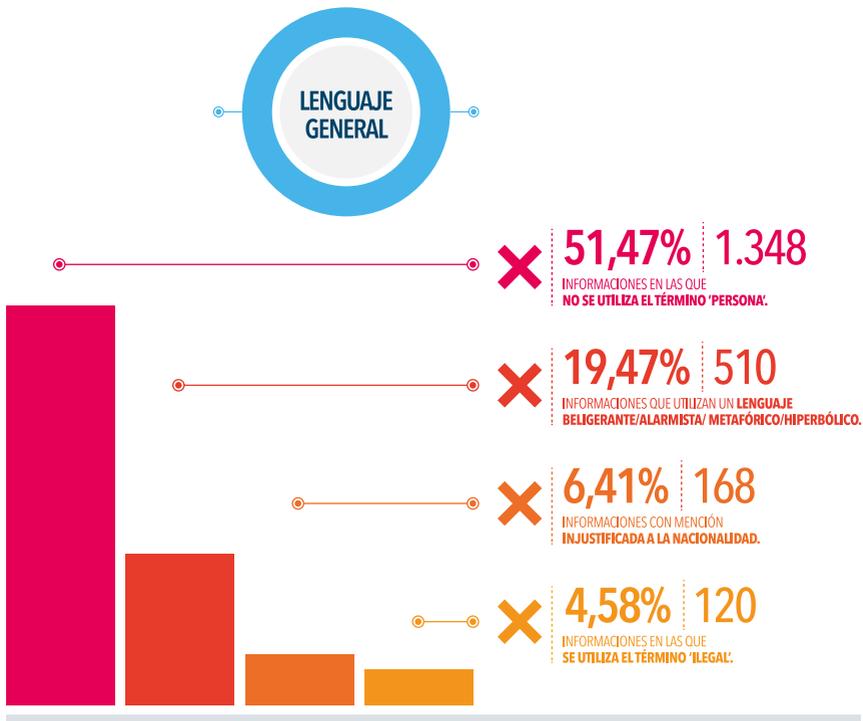


GRÁFICO 8. ▲
USO DEL LENGUAJE

El uso de un lenguaje metafórico, por ejemplo, refiriéndose a las llegadas de personas como 'oleada', alarmista a través de la utilización de expresiones como 'invasión', o beligerante a través de términos como 'asalto' cuando se habla de entrada a través de las vallas situadas en Ceuta y Melilla se ha identificado en aproximadamente el 20% de las informaciones analizadas. Se identifica que en más de la mitad (51,47%) de las informaciones sobre migración no se utiliza el término 'persona'. Además, el término 'ilegal' para referirse a personas migrantes o a las migraciones continúa presente en la prensa española en un porcentaje de un 4,58%, al igual que la mención injustificada a la nacionalidad en un 6,41% de las informaciones.

Comparativa 2020 - 2022

Se mantiene la preeminencia de la condición migratoria frente a la humana omitiendo la utilización de la palabra 'persona' (en torno a un 52%), al igual que el uso de un lenguaje metafórico, beligerante o alarmista (en torno a un 20%) y la utilización del término ilegal (en torno a un 6%) aunque con una tendencia ligeramente descendente.

Desde los profesionales de la información

Se señala como principal motivo de la no utilización de la palabra 'persona' a la economía del lenguaje, una práctica especialmente notable en la elaboración de titulares. En cuanto al uso de un lenguaje metafórico, hiperbólico, beligerante o alarmista se reconoce el discurso preventivo que genera. A su vez se señala la práctica de publicación de teletipos de agencia que utilizan este lenguaje sin modificaciones por parte de los equipos de redacción de los medios. Se apunta al discurso político en cuanto al empleo del término 'ilegal' en referencia a personas migrantes y procesos migratorios y se reconoce la carga conceptual de asimilación de términos que genera su uso.

Desde las personas migrantes

Se identifica como principal consecuencia de la no utilización de la palabra 'persona' la deshumanización y distancia que se marca en base a la estruc-



tura de polarización “Nosotros” vs. “Ellos”. Se destaca el riesgo de priorizar la condición administrativa o migratoria frente a la condición humana. Respecto al uso de un lenguaje metafórico hiperbólico, beligerante o alarmista se coincide con los/as profesionales de la información en que fomenta un discurso preventivo sobre las migraciones y las personas migrantes, y en cuanto al uso del término ‘ilegal’ se destaca la criminalización que genera y el estigma que conlleva para las personas migrantes, especialmente las que se encuentran en situación administrativa irregular. Se recalca la necesidad de que las organizaciones de la sociedad civil y las instituciones, además de los medios de comunicación, adopten un lenguaje adecuado basado en un enfoque de derechos humanos.

Desde la ciudadanía

El 41% de las personas participantes en el cuestionario considera que se utiliza un lenguaje metafórico, alarmista, beligerante en más del 80% de las informaciones sobre migración, y un 35% considera que en más de un de la mitad. Una percepción mucho mayor que la real, ya que en el análisis de informaciones se ha identificado que está presente aproximadamente un 20% de las informaciones. En cuanto a la utilización del término ‘persona’ el 59% encuestados/as consideran que se utiliza en menos de un 10% de las informaciones de migración, el 17% en más de un 10% y el 15% en más de un 30%, por lo que más del 90% de las personas encuestadas considera que hay una presencia menor de este término que la identificada en el análisis (en torno a un 52%). Respecto a la utilización del término ‘ilegal’ un 36% de las personas encuestadas considera que está presente en un 80% de las informaciones sobre migración y otro 36% que está presente en más de un 50%; una percepción muy alejada de los datos obtenidos en el análisis que señalan que este término se utiliza en menos de un 5% de las informaciones.

GRÁFICO 9. ▶
PERCEPCIÓN DEL TRATAMIENTO
MEDIÁTICO POR PARTE
DE LA CIUDADANÍA

- ¿EN QUÉ PORCENTAJE CREE QUE SE UTILIZA LA PALABRA 'PERSONA/S' EN LAS INFORMACIONES SOBRE MIGRACIÓN?



GRÁFICO 10. ▶
PERCEPCIÓN DEL TRATAMIENTO
MEDIÁTICO POR PARTE
DE LA CIUDADANÍA

- ¿EN QUÉ PORCENTAJE CREE QUE SE UTILIZA UN LENGUAJE METAFÓRICO/HIPERBÓLICO/ALARMISTA/BELIGERANTE COMO 'OLEADA', 'INVASIÓN' O 'MASIVO' EN LAS INFORMACIONES SOBRE MIGRACIÓN?

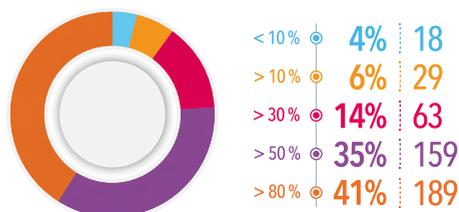
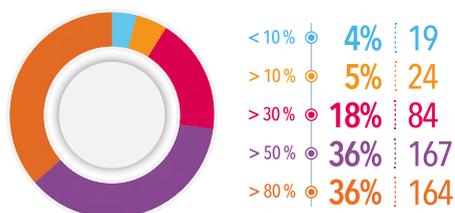


GRÁFICO 11. ▶
PERCEPCIÓN DEL TRATAMIENTO
MEDIÁTICO POR PARTE
DE LA CIUDADANÍA

- ¿EN QUÉ PORCENTAJE CREE QUE SE UTILIZA LA PALABRA 'ILEGAL' EN LAS INFORMACIONES SOBRE MIGRACIÓN?



ELECCIÓN DE LA TEMÁTICA

La preeminencia de determinadas temáticas en torno a la migración en detrimento de otras está profundamente ligada al proceso actual de producción de información, atravesado por una arraigada perspectiva etnocéntrica y occi-



dentalista, por la inmediatez y por los criterios de noticiabilidad que aún continúan sentando las bases de lo que es susceptible de “ser noticia”. De esta forma se establece una clasificación de temáticas que durante 2022 muestra los siguientes resultados.

La temática principal identificada gira en torno al asilo, el refugio y los desplazamientos forzados con un 33,21%, seguida de las informaciones sobre flujos migratorios hacia España y Europa constituyen la temática principal en torno a las migraciones en la prensa española con un 29,09%, siendo Frontera Sur la subtemática principal dentro de ésta, abarcando más del 80% de las informaciones sobre estos flujos migratorios.

En la cola de esta clasificación, como temáticas menos presentes en las informaciones sobre migración se identifican: género (1,79%), racismo (1,37%) y LGTBI+ (0,26%).

Comparativa 2020 - 2022

Cabe destacar el gran incremento de informaciones sobre asilo y protección internacional pasando de un 4,35% en 2021 a un 33,21% en 2022 erigiéndose como temática principal en torno a migración durante este año. En contraposición, se aprecia un descenso notable en informaciones sobre infancia migrante pasando de un 13,9% en 2021 a un 4,54% en 2022, regresando al mismo porcentaje identificado en 2020.

Desde los profesionales de la información

Se apunta a la agenda política como principal marcador de la agenda mediática en este sentido y se identifica la preeminencia de Frontera Sur como temática principal dentro de las informaciones de migración por ser la frontera considerada más mortífera, aunque no se corresponda con la de mayor afluencia. Se destaca la necesidad de publicar más informaciones que muestren la realidad diversa de las migraciones en España y la esencialidad de estas para nuestra sociedad, apuntando a la inmediatez y la falta de recursos y especialización que rigen actualmente la producción mediática como principal escollo.

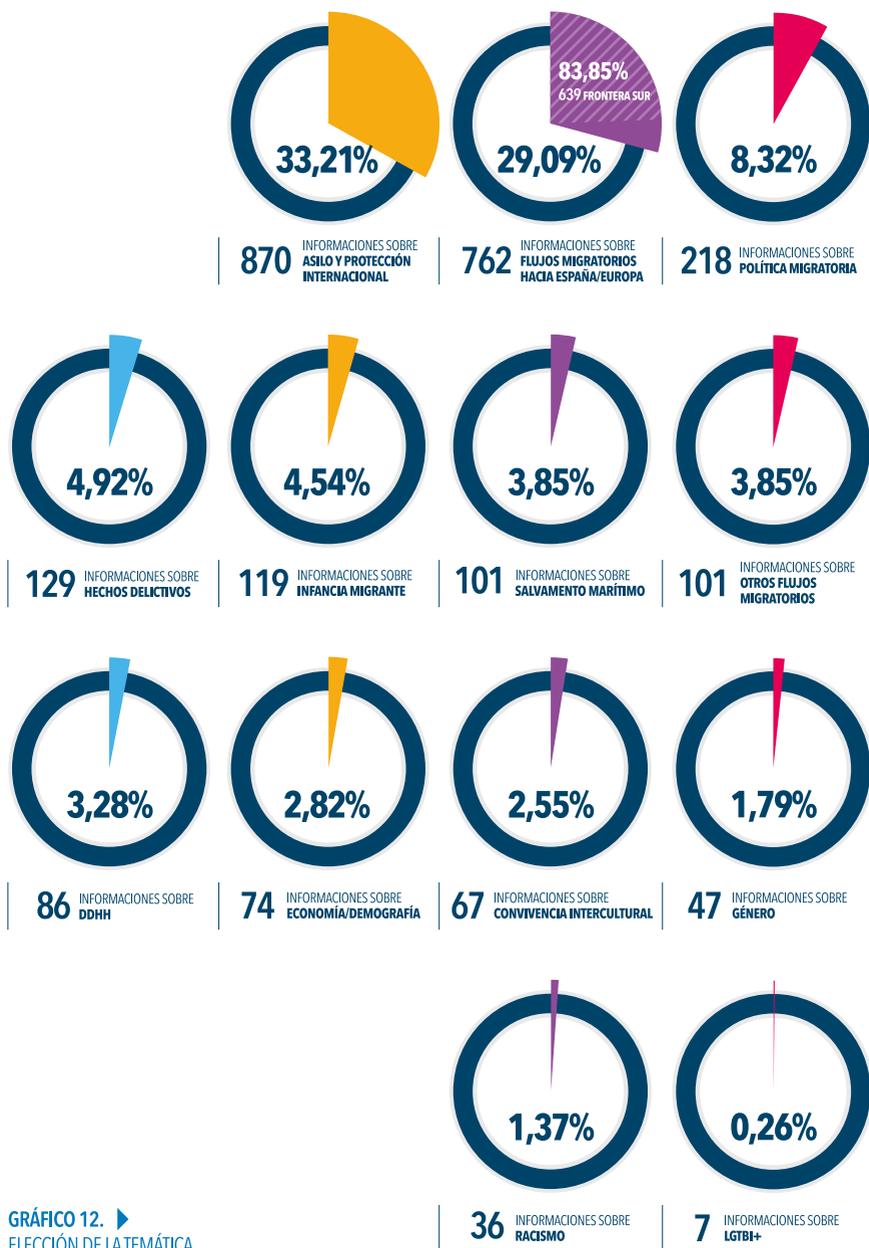


GRÁFICO 12. ▶
ELECCIÓN DE LA TEMÁTICA



Desde las personas migrantes

Se destaca la falta de representatividad de la diversidad que caracteriza la realidad migratoria actual, representando procesos migratorios y orígenes concretos como los mayoritarios. Se identifica preeminencia de informaciones en torno a una única parte del proceso migratorio (la llegada a España/Europa) y se apunta también a la falta de contexto sobre los motivos por los que las personas emprenden este proceso. Se insiste en la falta de representación de migrar como el ejercicio de un derecho.

Desde la ciudadanía

En la clasificación establecida por las personas participantes en el cuestionario establecen que las tres temáticas con más presencia en torno a las migraciones son (de mayor a menor): flujos migratorios hacia España/Europa, política migratoria y hechos delictivos. Respecto a las tres temáticas con menos presencia son (de mayor a menor presencia): asilo y protección internacional, otros flujos migratorios y género y LGTBI+. Respecto a la clasificación obtenida a través del análisis de informaciones, solo coincide política migratoria en el tercer puesto de esta clasificación. Flujos migratorios hacia España/Europa, que la ciudadanía percibe como primera, en el análisis se identifica como segunda temática con más presencia. Informaciones sobre hechos delictivos es actualmente la cuarta temática en cuanto a presencia identificada en el análisis. La mayor distancia entre la percepción de la ciudadanía y los datos obtenidos en el análisis, respecto a presencia de temáticas específicas, es en torno a asilo y protección internacional, ya que en la percepción de la ciudadanía es una de las tres temáticas con menor presencia y en el análisis se ha identificado con la temática con mayor presencia este año.

4 | PROPUESTAS DE MEJORA

Las siguientes propuestas de mejora para un tratamiento mediático de las migraciones adecuado han sido recogidas en los *focus groups* y cuestionarios realizados con profesionales de la información, personas migrantes ajenas a la profesión y ciudadanía en general:

Producción informativa con un enfoque basado en derechos humanos. La perspectiva de que migrar es un derecho, no un fenómeno o una cuestión alejada de los derechos humanos, está oculta en el mar de cifras, terminología y cuestiones varias de la actualidad migratoria, en lugar de ejercer de base para la producción de las informaciones. Resulta imprescindible recordar que “todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos...”⁷, “todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona”⁸, y que “toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado”⁹, derechos recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, que a la hora de enfocar las informaciones sobre migración han de ser la base que sienta los cimientos de dicha producción informativa.

Incremento de la diversidad en las redacciones, como cambio indispensable a medio plazo en las políticas y líneas de contratación de los medios, para ampliar el enfoque de la producción informativa, adoptar un enfoque más inclusivo y un diálogo más representativo y democrático. Además de ser una realidad constatada que la heterogeneidad en un equipo profesional conduce a perspectivas diversas y, por tanto, pone a disposición de los ciudadanos un

7 Asamblea General de la ONU. (1948). “Declaración Universal de los Derechos Humanos” Artículo 1 (217 [III] A). París. Recuperado de <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>

8 Asamblea General de la ONU. (1948). “Declaración Universal de los Derechos Humanos” Artículo 3 (217 [III] A). París. Recuperado de <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>

9 Asamblea General de la ONU. (1948). “Declaración Universal de los Derechos Humanos” Artículo 13 (217 [III] A). París. Recuperado de <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>



producto (en este caso informativo) que represente de manera más amplia la realidad y sea reflejo de la composición social actual.

Generación y envío de materiales de formación y sensibilización, tanto específicos sobre tratamiento mediático como sobre diferentes temas relacionados con migración, que pueden constituirse como herramientas de uso diario en torno a la producción de información y de apoyo a la hora de ejercer un consumo crítico de información desde la ciudadanía como receptora.

Formación y sensibilización a futuros profesionales, como motor esencial de cambio en el futuro del tratamiento mediático de las migraciones, acercando a las universidades y centros de formación las principales herramientas para desarrollar este trabajo con un enfoque basado e derechos humanos.

Acciones de sensibilización dirigidas a ciudadanía, con el objetivo favorecer un consumo crítico, la capacidad de exigencia de un tratamiento adecuado que reside en la ciudadanía y el poder de cambio como agente clave del proceso.

Promoción de un cambio en el lenguaje, desde las propias organizaciones de la sociedad civil, como fuente en las informaciones y actor clave en la generación del discurso en torno a las migraciones, adoptando y promulgando este cambio entre nuestros actores de interacción principales.

Formación y sensibilización profesionales, incidiendo en periodistas no especializados a los que se encarga la cobertura de temas relacionados con las migraciones y especialmente en cargos superiores como redactores/as jefe, promoviendo una interiorización profunda de la necesidad de incorporar un enfoque de derechos humanos en la producción de información sobre migración.

Incremento del impacto en medios locales, incidiendo en la capacidad de estos para generar narrativas sobre migración, con enfoque de derechos y mayor presencia de personas migrantes, creando informaciones de proximidad que muestren de una manera honesta la realidad migratoria en el ámbito local.

Promoción de espacios de encuentro participativos e interculturales, con un papel protagónico de asociaciones de personas migrantes, en los que se pueda fomentar la mayor profundidad y contexto, ampliar conocimientos, aproximarse a la realidad migratoria actual y la generación de iniciativas conjuntas que no surja de las mismas estructuras hegemónicas.



5 CONCLUSIONES

El trabajo por la mejora del tratamiento mediático que se ha realizado los últimos nueve años desde el Proyecto Inmigracionalismo ha permitido observar cómo evoluciona la cobertura de las migraciones, cómo esta producción informativa continúa marcada por la deshumanización, y cómo la necesidad de incorporar un enfoque basado en derechos humanos resulta imprescindible para preservar la dignidad de las personas migrantes y la humanidad intrínseca a los procesos migratorios.

Las diferentes estrategias discursivas que vertebran este análisis muestran unos resultados específicos en relación a cada una de ellas que, un año más, exponen esta base deshumanizadora de la producción informativa sobre migración.

En cuanto al uso de las fuentes, cabe destacar el silenciamiento de las personas migrantes que pone de relevancia el dato de que el 80% de informaciones sobre migración no cuenta con voces migrantes. Un silenciamiento que desde los profesionales de la información se excusa en la falta de accesibilidad a fuentes migrantes en comparación con fuentes institucionales o políticas, una práctica que las personas migrantes identifican como uno de los mayores ejercicios de deshumanización por parte del sector periodístico, cuya base radica en la percepción de la población migrante como objeto y no como sujeto en el discurso mediático.

Respecto al uso de la imagen, preocupa especialmente el incremento de inadecuación de las imágenes que acompañan informaciones sobre migración por vulnerar los derechos de la infancia (un 25% más que en 2021), de manera singular este año en el que se ha identificado un descenso notable de las informaciones sobre infancia migrante. Tanto profesionales de la información como personas migrantes apuntan a la consecuencia principal del actual tratamiento de las imágenes sobre migración a la falta de diversidad en su

representación, no ajustándose a la realidad migratoria actual, que es diversa en flujos, orígenes, causas y procesos.

Acercas del uso del lenguaje, a pesar de las leves mejoras identificadas por ejemplo en torno a la presencia del término 'ilegal', continúa destacando la preeminencia de la condición migratoria frente a la humana a través de la omisión del término 'persona' en estas informaciones, y la presencia de un lenguaje no solo deshumanizador, sino alarmista y criminalizador que genera un discurso preventivo frente a las migraciones y las personas migrantes. A su vez esta práctica, relacionada con el lenguaje y la construcción de imaginario, genera rechazo en las personas migrantes a la hora de participar en esta producción informativa, lo que de manera indirecta perpetua su silenciamiento.

Sobre la elección de la temática, se observa como existen ciertas temáticas que permanecen a lo largo de los años como principales (flujos de entrada a España/Europa y política migratoria) y otras que cambian drásticamente en base a la actualidad informativa (infancia migrante o asilo/protección internacional). Esto muestra como los criterios de noticiabilidad presentes en la producción informativa actual, unido a los factores que influyen en la construcción de la agenda mediática, promueven que determinadas realidades queden invisibilizadas frente a otras al perder relevancia y espacio mediático, aunque socialmente continúen presentes.

Como novedad en este año hemos incluido una encuesta sobre percepción de la ciudadanía de dicho tratamiento mediático, cuyos resultados han puesto de relevancia la gran distancia que existe entre la cobertura actual de las migraciones y la percepción de la misma por parte de la ciudadanía. Una distancia que se manifiesta especialmente en cuestiones relativas al lenguaje, como el uso del término 'ilegal', y en las temáticas principales sobre migración, como la percepción del asilo y el refugio como una de las temáticas con menor presencia este año, a pesar de que la guerra en Ucrania (y los flujos migratorios de personas que huyen del país) ha sido protagonistas ocupando gran parte



del espacio mediático durante 2022. En este punto, desde Inmigracionalismo no se pueden señalar con certeza los factores que influyen en esta distancia (ya que no han formado parte del estudio), pero todos los actores clave involucrados en este el proceso de comunicación debemos profundizar al respecto y trabajar para identificarlos y poder incidir sobre ellos para que la percepción y la realidad estén los más próximas posible.

Los datos que se exponen en este informe tienen un impacto directo en la vida de las personas migrantes, corroboran que la deshumanización continúa presente como elemento estructural del tratamiento mediático de las migraciones y constituye el principal escollo en el camino hacia un tratamiento mediático basado en un enfoque de derechos humanos.

Para promover un cambio en la producción informativa sobre migración, apelando a sector informativo, se propone el incremento de la diversidad en las redacciones, formando y promoviendo la especialización de los profesionales y aboliendo determinadas estructuras y prácticas arraigadas en el sector, para dejar paso a la incorporación de un enfoque basado en derechos humanos. Unas recomendaciones que han de estar apoyadas por un consumo más crítico de información por parte de la ciudadanía y el ejercicio, como receptora y consumidora de información, de reclamar un tratamiento adecuado.

Por un periodismo de migración más humano.

6 | BIBLIOGRAFÍA

Asamblea General de la ONU (1948). "Declaración Universal de los Derechos Humanos" (217 [III] A). Paris. Recuperado de <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>

Diezhandi, P. (coord.) (2007). Periodismo en la era de internet. Barcelona, Ariel. Fuentes., E. ¿En periodismo también una imagen vale más que mil palabras? [en línea]. "Hipertext.net"; núm. 1, 2003.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y P. Baptista Lucio (2006): Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.

Humboldt, A (1998). Sobre la diversidad de la estructura del lenguaje humano y su influencia sobre el desarrollo espiritual de la Humanidad. Barcelona: Círculo de Lectores.

Martínez-Fresneda Osorio, H. (2004). Las fuentes en el periodismo informativo. Redacción para periodistas: informar e interpretar. Barcelona, Ariel.

Marqués Pascual, Joaquín (2015): Los criterios de noticiabilidad como factor de éxito del clickactivismo. El caso de Change.org. Barcelona: Universitat de Barcelona.

Muñiz, C. (2006) Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa: un análisis de contenido. Comunicación y sociedad. Vol.XIX. Núm. 1.

Piquer, S. (2013). La islamofobia en la prensa escrita española: aproximación al discurso periodístico de El País y La Razón". Dirasat Hispánicas N° 2.

Red Acoge (2019). Elementos de la comunicación social y mediática de las migraciones. Madrid.

Red Acoge (2020). Informe Inmigracionalismo 2020. Madrid.

Red Acoge (2021). Informe Inmigracionalismo 2021. Madrid.

Rodríguez Rey, A. et al. (2015). La calidad de los medios y el uso de fuentes periodísticas en la prensa local de referencia en España. Estudios sobre el Mensaje Periodístico Vol. 21, Núm. especial noviembre.

Sánchez, P., Padilla, G. (2013). "La importancia del tratamiento de la religión en medios de comunicación". Estudios sobre el mensaje periodístico. Vol 19 Núm. Especial marzo.

Saperas Lapiedra, Enric (2012): Comunicación mediática y sociedad. Madrid: OMM Editorial.



Van Dijk, T. (2011). Sociedad y discurso. Cómo influyen los contextos sociales sobre el texto y la conversación. Barcelona: Gedisa.

Vilches, L. (1997) Teoría de la imagen periodística. Barcelona: Paidós.

GRACIAS

RED **acoge**

PROYECTO **INMIGRACIONALISMO**

www.inmigracionalismo.es