

CONFERENCIA ANUAL DEL PUNTO NACIONAL DE CONTACTO ESPAÑOL DE LA RED EUROPEA DE MIGRACIONES

“La importancia de las narrativas en el discurso migratorio: análisis, impacto y buenas prácticas”

1 diciembre 2022 (Madrid)

La conferencia fue híbrida, presencial en Madrid y telemática, a la que asistieron cerca de **100 personas** entre online y presencial.

Las intervenciones se distribuyeron en 2 paneles de discusión distintos, con la finalidad de:

- 1ª parte: Analizar los discursos o narrativas existentes actualmente en torno al fenómeno migratorio, y sus efectos sobre la opinión pública en nuestras sociedades.
- 2ª parte: Explorar experiencias, herramientas y buenas prácticas que contribuyan a la reformulación de las narrativas. Extraer recomendaciones y aprendizajes clave.

El evento comenzó con la apertura por parte de la maestra de ceremonias, **Ainara Dorremochea**, *Subdirectora General de Régimen Jurídico* para, a continuación, ceder la palabra a **Isabel Castro Fernández**, *Secretaria de Estado de Migraciones de España*, que inauguró el encuentro con una mención al Día Mundial del Sida, coincidente con la fecha de la jornada. La secretaria de Estado recordó la importancia que tiene el uso de la palabra y la narrativa en la vida general y, en particular, en la percepción pública de la migración. En la actualidad, las redes sociales y las *fake news* repercuten en el constructo social creado en torno a los hombres y mujeres migrantes, en el que debe alcanzarse un equilibrio donde no se les criminalice ni victimice.

España, actualmente, como país de destino y acogida para muchas personas, tiene la obligación de combatir el clima de crispación y odio que a menudo envuelve al fenómeno migratorio. Un asunto, que merece una actuación integral y responsable en materia migratoria desde las administraciones públicas.

La moderadora del primer panel, **María Jesús Herrera**, *Jefa de Misión en OIM España*, indicó que desde su institución se proponen fomentar una visión más realista y ética de la narrativa migratoria, en cumplimiento del objetivo 1º del Pacto Mundial para una Migración Segura, Ordenada y Regular de Naciones Unidas, haciendo hincapié en el uso de información fiable en la elaboración de políticas. La desinformación muestra a veces la situación migratoria como algo incontrolado, cuando lo que debe predominar es el enfoque basado en los derechos humanos donde se perciban las oportunidades que ofrece una migración bien organizada y que ayude a combatir estereotipos. La migración es también una f fuente de dinamismo en forma de patentes, artes, premios, y empresas emergentes, que debe visibilizarse e incorporarse a nuestras narrativas.

La intervención de **Amparo González**, *Subdirectora General de Análisis Migratorio*, supuso una introducción general al tema de la jornada, haciendo un repaso de las creencias erróneas existentes en torno a la migración que están arraigadas en la sociedad europea y, en particular, en la española, y que no tienen fundamento cuando se contrastan con la realidad reflejada por los datos estadísticos.

La primera de ellas tiene que ver con el tamaño de la población inmigrante. Según refleja el barómetro de la COM, la media europea considera que es el doble de la que es en realidad. En algunos países se piensa que es hasta 10 veces más, u 8 veces más, como en los casos de RO y BG. La segunda es sobre el perfil típico del inmigrante, donde los datos también revelan que el referente inmediato de los españoles dista mucho de la distribución real de población según origen. De manera especial en España, no se asocia la inmigración con el refugiado o el solicitante de asilo, a quienes se les percibe de manera más positiva, sino que se vincula con la movilidad por motivos económicos de un colectivo que es, principalmente, de origen africano.

En España se consideraba en 2018 que cerca de la mitad de la población inmigrante se encontraba en situación irregular, cuando los datos para 2017 demuestran que solamente el 7% de ellos se encontraba en esa situación. La distorsión de la percepción en este aspecto, con tendencia creciente en Italia, es muy grande debido a que la atención mediática se centra en unos sectores de migración y no en otros. Otra creencia errónea gira en torno a las intenciones de permanencia. Los datos públicos no permean a la sociedad, que desconoce las cifras de inmigrantes que abandonan el país incluso en periodos de recuperación económica. Pese a los avances conseguidos, no se ha conseguido transformar las narrativas de manera más positiva o cercana a la realidad de los hechos.

Por último, subrayó que los datos por sí mismos no generan empatía, ya que solo son herramientas que no constituyen una narrativa que comunique el lado humano de cada noticia, fundamental para lograr una percepción positiva del asunto.

Tina Zournatzi, *responsable de Comunicación de la Comisión Europea, Dirección General de Asuntos Migratorios y de Interior*, explicó que las narrativas son las grandes historias que dan forma al mundo tal y como lo conocemos. Se produce una 'acupuntura cultural', ya que esas historias desencadenan reacciones que dependen del marco en el que situamos la historia. Así, a los migrantes se les puede presentar como héroes, víctimas, o villanos, dando lugar a una opinión pública muy dividida e instigada en buena medida desde la esfera política.

Las narrativas migratorias polarizadoras se pueden dividir en tres bloques: las que se producen desde un enfoque de victimización (inmigrantes como personas necesitadas), de beneficio (personas que suponen una contribución a la sociedad), o como amenaza (a la economía, política, salud, riqueza e incluso la identidad del país).

Por tanto, se debe dar forma a las narrativas con un enfoque positivo y esperanzador en el que se hable más de personas y no tanto de cifras, con el fin de elevar el nivel de empatía de la sociedad. Para ello, es fundamental cuidar el lenguaje y las palabras que se emplean para hablar de inmigración, así como los valores a los que se apela al contar las historias. Se debe tener en cuenta a los grupos sociales menos partidarios de la inmigración que tienen otros valores, y por eso no se debe excluir de la narrativa conceptos como los de 'riqueza' o 'seguridad'. Asimismo, deben evitarse el lenguaje deshumanizado y las metáforas de desastres meteorológicos empleadas frecuentemente en las noticias, como 'olas' o 'avalancha' de personas migrantes.

Tina señaló como medidas contra la desinformación, que polariza el discurso público y se alimenta de las preocupaciones de la gente:

- La detección precoz
- Anticiparse con narrativas positivas antes de que el bulo se generalice
- Desmentir por medio de la comprobación de los datos, en colaboración con los medios de comunicación.

Como antídoto eficaz, propuso la técnica del 'sándwich de la verdad', compuesto por una primera fase de advertencia en torno a un mito que se esté propagando, una segunda en la que se presenta la información falsa y, por último, explicar por qué es falsa, aportando datos fiables. Por último, la campaña de concienciación sobre migración debe sustentarse en otros pilares, como son contar la parte humana de las historias, y equilibrar los datos con las emociones.

Marco Ricorda, del *Área de Comunicación del Centro Internacional para el Desarrollo de la Política Migratoria (ICMPD)* criticó que, en este asunto, a menudo se hace 'comunicación de crisis' en lugar de hacer comunicación estratégica a largo plazo.

Habló de narrativas migratorias creadas a tres niveles de gobernanza:

- Nivel de las instituciones internacionales. En este grupo, se refirió a las 'burbujas' que se crean en las ciudades donde se sitúan las sedes, en las que los propios trabajadores se denominan a sí mismos 'expatriados'.
- Nivel nacional. En él se generan las noticias de actualidad que captan la atención y en las que se centra la política para vencer en las urnas. La dificultad es mantener una línea de política que pueda mantener más allá de la legislatura.
- Nivel local. Es el más delicado porque es el nivel en el que se acoge e integra a los inmigrantes, pero no el que elabora la política.

En la práctica, estos niveles interactúan poco, cuando lo deseable es una comunicación vertical entre ellos, que puede verse favorecida por una mayor inversión en investigación sobre las narrativas y la promoción de planes de comunicación estratégica. Concluyó subrayando su importancia ya que, cuando existen problemas como la falta de integración o de infraestructura del mercado laboral, la solidaridad, por sí sola, resulta insuficiente.

Benno Herzog, del *Departamento de Sociología y Antropología Social de la Universidad de Valencia*, centró su atención en los discursos, que son más amplios que las narrativas, señalando que a veces las personas no somos el verdadero origen de las palabras, sino que todos utilizamos metáforas y expresiones que están en el aire sin ser conscientes de ello.

Se produce la exclusión discursiva a tres niveles:

1. A través de los discursos, por medio de la distinción entre ‘ellos’ y ‘nosotros’, siendo ellos la parte “problemática”.
2. En la producción de los discursos, ya que existen menos personas inmigrantes en posiciones destacadas de creación de los discursos
3. Exclusión material, de inmigrantes en centros de internamiento, con una mayor dificultad de acceso a vivienda y empleo.

En su contribución al proyecto ‘[Real Up. Combating hate speech](#)’ del Oberaxe, Benno propuso, como respuesta a esta situación de exclusión, las siguientes medidas:

- Contra argumentos: uso de lenguaje no discriminatorio y de argumentos que involucren la cabeza (el factor racional), la mano (factor práctico) y el corazón (lo emocional).
- Narrativas alternativas, escuchando la voz de los inmigrantes e invitándoles como expertos, fomentando su empoderamiento.
- Sobre la materialidad del discurso, invitar a plataformas y anunciantes a que sensibilicen sus discursos y mejorando la visibilización en los algoritmos.
- Meta-discursos, incidiendo en los efectos que tienen ciertas formas de expresión.

En el segundo panel se compartieron de forma dinámica experiencias y buenas prácticas destinadas a promover la integración y contrarrestar el odio a través de un par de preguntas que la moderadora, **Blanca Breñosa**, *Subdirectora General adjunta de la SG Régimen Jurídico*, realizó a cada ponente.

Karoline Fernández de la Hoz Zeitler, *Directora del Observatorio del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE)*, explicó que desde su institución se hace un trabajo principalmente de sensibilización dirigida a diferentes sectores de la población, desde fuerzas y cuerpos de seguridad, escuelas, o la Academia de la TV, también a la gestión de la diversidad en empresas, y una monitorización diaria del discurso online. En este sentido, han constatado que en un 48% de esos discursos se promueve el descrédito de los inmigrantes y en un 40% de los contenidos se les presenta de manera agresiva. Las narrativas tienen que ver con creencias y prejuicios que permean toda la sociedad y dan pie a que haya discriminación y delitos de odio.

Los estudios del Oberaxe indican que el 21% de los jóvenes universitarios accede a empleos acordes a su nivel de cualificación, mientras que ese porcentaje alcanza solamente el 2% entre los que son extranjeros; y que el 35% de los delitos de odio son por racismo o xenofobia. Por tanto, una de las

principales lecciones aprendidas es que se trata de un serio problema porque es una discriminación que aceptamos diariamente en la sociedad. Es necesario realizar un trabajo de sensibilización continua en el tiempo que debe estar en la agenda política, y haga que seamos conscientes de estos prejuicios.

Thomas Liebig, *especialista Senior en Migraciones de la División de Migración Internacional de la OCDE en París*, intervino de manera *online* para hablar de los principales retos de la comunicación de la integración de los inmigrantes. En ella hay que tener en cuenta que la aceptación pública depende mucho de la percepción que se tiene de los inmigrantes ya residentes, y se tiende a creer que la integración funciona mejor en la zona en la que se vive que en otros sitios. Este tipo de comunicación a menudo es emotiva y con imágenes de impacto que sirven para reforzar estereotipos, pero que debe acompañarse de datos.

Algunos de los hallazgos realizados en este contexto es que los inmigrantes de baja formación a menudo tienen mejores resultados de integración que el resto de la población, y que los inmigrantes y sus descendientes suelen solicitar empleos más frecuentemente que los hijos de residentes nacionales.

Esteban Ibarra, *presidente del Movimiento contra la Intolerancia*, al ser preguntado sobre cuál debería ser el objetivo principal de una narrativa contra el discurso de odio, comentó que hay que tender a una comunicación de proximidad que no se base solamente en estadística. Se trata de neutralizar los prejuicios, algo en lo que, después de años de experiencia, ha visto pocos progresos.

Existe el problema de la información espectacularizada en los medios de comunicación y los usos partidistas del discurso. Por el contrario, se deben crear espacios de convivencia y comunicación, objetivando los mensajes sin generalizar la delincuencia al conjunto de los inmigrantes.

Desde su punto de vista, pueden existir narrativas contra la intolerancia o el discurso de odio que, a su vez, estimulen otros factores que también constituyan discursos de odio. La intolerancia es poliédrica y, en la comunicación, debe haber congruencia con otras formas de intolerancia.

Tamara Buschek-Chauvel y Rafael Bärlund, *copresidentes del Grupo de Trabajo de Comunicación y Diseminación (CDWG) de la REM*, compartieron intervención y dieron a conocer su institución mediante un video corporativo. Desde ella trabajan por contribuir a una narrativa migratoria objetiva comunicando y diseminando información actualizada, objetiva y comparable sobre migración y asilo a través de los canales adecuados.

Trabajan a dos niveles de comunicación: uno centralizado a nivel de la UE, y otro a nivel nacional, utilizando diferentes canales de información *online* (redes sociales) y *offline* (publicaciones, reuniones y eventos). A través de los puntos de contacto nacionales, tratan de trabajar en conjunto para elevar la calidad de la información. Otras herramientas que utilizan son las *newsletters* y *dossieres* de información para difundir información a nivel nacional en cada punto nacional de contacto, y creaciones como el Glosario de Asilo y Migraciones o la herramienta '[Destination Europe](#)'.

La intervención de **Pedro Rojo**, *arabista y presidente de la Fundación Alfanar para el conocimiento de la cultura árabe*, se centró en la problemática de la islamofobia, como discurso racista y de odio, y su tratamiento en los medios de comunicación. Los estudios realizados desde su fundación indican que, aunque se ha avanzado en este aspecto, aún persisten malas prácticas como no recoger fuentes árabes en las informaciones, o que, en temas tan controvertidos como los bañadores integrales o *burkinis*, no se entreviste directamente a mujeres musulmanas. Desde su perspectiva, los musulmanes se sienten cada vez más desconectados de la sociedad, algo que queda especialmente patente en los institutos. Pedro indicó que se ha conseguido avanzar bastante, gracias a la progresiva sensibilización de los periodistas, que son más conscientes de la problemática. Cada vez se visibiliza más a los musulmanes en los medios, pero se sigue tendiendo a percibirles como extranjeros, incluso a los que han nacido en España. Piensa que la islamofobia es un tema que resulta incómodo, especialmente en Bruselas.

Alberto Edjogo, *comentarista y analista deportivo*, dio su testimonio en primera persona como descendiente de guineano y española, a quien su padre le inculcó desde muy pequeño que debía buscar siempre la excelencia en todo lo que hiciera, ya que por su color de piel tendría que esforzarse mucho más que sus compañeros en diferentes aspectos de la vida.

Como exfutbolista profesional, criticó especialmente los insultos racistas en el terreno de juego, que los medios de comunicación deberían denunciar con mayor contundencia ya que, cuando esa agresión se produce en el contexto escolar, el menor agredido se siente especialmente indefenso. Recordó que los medios de comunicación buscan, antes que lectores u oyentes, clientes a los que hacer llegar su publicidad y, por tanto, necesitan contenido que se viralice con noticias sensacionalistas.

Tras una ronda de preguntas y comentarios por parte de los asistentes, **Miriam Benterrak**, *Directora General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración*, cerró la sesión resumiendo las principales ideas que se habían puesto de relieve en la jornada. Se constata que el discurso migratorio suele ser negativo y estar cargado de estereotipos que influyen la percepción general de la sociedad. Queda aún un largo camino por recorrer a la hora de transformar el discurso y el lenguaje de manera que no se produzca la exclusión de la población inmigrante. Se trata de un tema que está politizado al que hay que prestar mucha atención, ya que en él están implicados derechos humanos como los derechos a la dignidad, la libertad y la vida. Por eso, desde su departamento trabajan por la integración con el fin de crear ciudadanía, prestando especial atención a la educación, pero también a la eliminación de barreras.