***MÓDULO 2: LOS IMAGINARIOS DEL LENGUAJE**
A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Desactivando los estereotipos y los prejuicios de la desinformación

1. INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre la agenda setting han evolucionado profundamente desde su formulación en los años 70 en los que McCombs y Shaw hicieron un análisis de contenido sobre la cobertura periodística de la elección presidencial de 1968 en EE. UU. que se comparó con los temas que los votantes indecisos declararon que eran importantes.

Los medios de comunicación no sólo contribuyen a establecer la agenda y las prioridades del público, sino que también son responsables de la disposición y el tono emocional, en definitiva, del imaginario de la realidad y la opinión pública.

La forma en que se cuenta la migración, las palabras, imágenes y conceptos que se asocian con ella en el discurso público, no son elementos abstractos que se establecen de forma inofensiva en el imaginario común, sino que constituyen el molde del trato que se dispensa a las personas que migran o que buscan refugio.

2. LA DESINFORMACIÓN

Hablar con las definiciones correctas ayudan a construir un imaginario más justo y equitativo. De esta forma también combatimos la desinformación. Entendemos por **desinformación** a "**la información o contenido deliberadamente falso y diseñado para causar daño.** Está motivada por tres factores: ganar dinero, tener influencia política (sea en el exterior o en el interior) o causar problemas a otros". En 2017, se popularizó el término *fake news,* incluso fue elegida como palabra del año por el diccionario Collins, pero instituciones internacionales como la Comisión Europea o la UNESCO prefieren evitar el término, pues se trata de un oxímoron promovido por el propio Donald Trump con el objetivo de desprestigiar a los medios de comunicación, y optan por hablar de desórdenes informativos.

Las referencias a la posverdad, la desinformación y la constante apelación a las mediáticamente denominadas fakenews se han multiplicado desde las elecciones estadounidenses de 2016 y el referéndum del Brexit de forma significativa, y han tenido su máximo eco en las elecciones de noviembre de 2020 en EE.UU. y la infodemia que se desarrolló a nivel global durante los primeros meses de la pandemia.

La desinformación genera un imaginario que no tiene relación con la realidad, sino que está sujeta a unos intereses que pueden ser personales, económicos y/o políticos, pero que no son intereses por el bien de la colectividad. Uno de las consecuencias de la desinformación son los estereotipos y los prejuicios negativos que generan discriminación y discurso de odio.

María Ángeles Cea D´Ancona, socióloga y profesora de la Universidad Complutense de Madrid, señala que “la percepción de amenaza económica es la que más determina la discriminación y el rechazo a los inmigrantes mientras que la amenaza cultural es la que más restringe los deseos de convivir con ellos”.

2.1. El discurso de odio

Según, la Comisión Europea contra el Racismo y la Intolerancia (ECRI) del consejo de Europa (2015), el discurso de odio es el: “…fomento, promoción o instigación (…) del odio, la humillación o el menosprecio de una persona o grupo de personas, así como el acoso, descrédito, difusión de estereotipos negativos, estigmatización o amenaza con respecto a dicha persona o grupo de personas y la justificación de esas manifestaciones por razones de “raza” , color, ascendencia, origen nacional o étnico, edad, discapacidad, lengua, religión o creencias, sexo, género, identidad de género, orientación sexual y otras características o condición personales.”

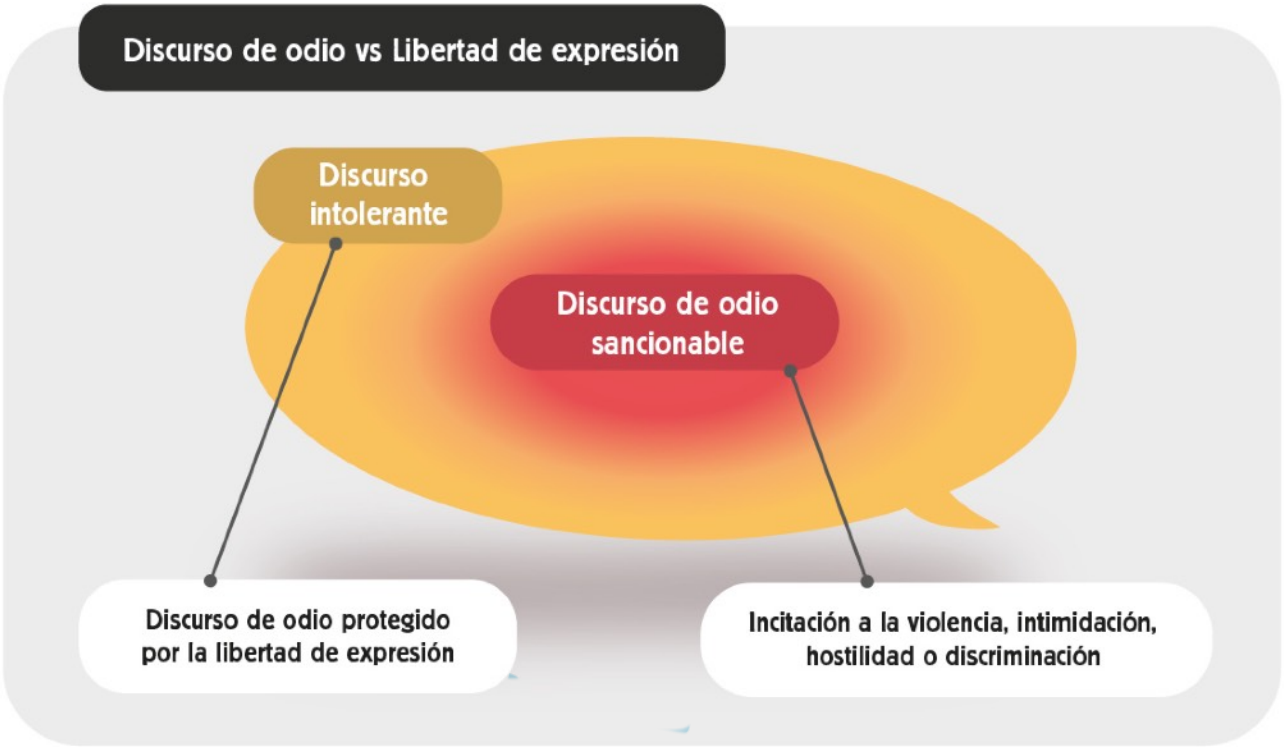
A la hora de relacionar la inmigración con el discurso del odio, Estrada distingue las siguientes problemáticas en discusión: “entrada de inmigrantes en «pateras», inmigración irregular, empleo de trabajo ilegal, racismo, xenofobia, expulsión, repatriación, convivencia en Ceuta y Melilla, (in)migrantes menores no documentados y no acompañados, regularizaciones/ naturalizaciones, educación y diferencias religiosas de culto. A las que, en ocasiones excepcionales, podríamos añadir la de terrorismo o la seguridad nacional”. Y añade que en la cobertura de las migraciones en medios de comunicación es “la constante recurrencia a las cifras; esto tiene como finalidad contabilizar la presencia de los otros en la sociedad española”.

Un ejemplo de buenas prácticas, es la campaña de Save the Children #YoSíTeQuiero. El objetivo: mostrar el apoyo y solidaridad con los niños, niñas y adolescentes migrantes que llegan solos y, sobre todo, para contrarrestar el discurso de odio que circula en determinados ámbitos de la sociedad.



2.1.1. ¿Es denunciable el discurso de odio?

Las instituciones europeas consideran necesario sancionar los casos más graves de discurso de odio. Sin embargo, no todo el discurso de odio es delito o puede ser objeto de sanción administrativa o civil. Por ello, cabe diferenciar en cada contexto particular entre:



Fuente: Ayuntamiento de Barcelona

1. **El discurso de odio sancionable**, que incluye las formas más graves de discurso de odio, que constituyen delito o acarrean una sanción administrativa o la reparación del daño causado por la vía civil, en un país determinado. Por el riesgo que supone de violación del derecho a la libertad de expresión, la Recomendación nº 15 de la ECRI establece que el discurso de odio debería ser perseguido penalmente **solo en circunstancias limitadas** y que las penas deberían reflejar siempre el principio de proporcionalidad. Según esta Recomendación, los Estados deberían perseguir el discurso de odio solo si se cumplen dos circunstancias:
    - si el discurso de odio tiene lugar en un **contexto público**;
    - si puede incitar actos de violencia, intimidación, hostilidad o discriminación.

- Con respecto a este último criterio, es importante destacar que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha destacado en sentencias como en *Féret contra Bélgica* de 2009 que para que exista discurso de odio no es necesario que se incite directa o explícitamente a la violencia, sino que **es suficiente con que se incite al odio al injuriar, ridiculizar o difamar a ciertas partes de la población y sus grupos específicos o la incitación a la discriminació**n. Del mismo modo, también se destaca que cualquier restricción de la libertad de expresión "debe obedecer a una necesidad social democrática, que va más allá de la lesión de derechos individuales".

2. **El discurso intolerante (o discurso de odio no sancionable)**, que incluye el discurso de odio que está amparado por la libertad de expresión. A pesar de que este tipo de discurso no debe ser sancionado, debe ser combatido desde otras estrategias, pues supone una grave amenaza para la convivencia y contribuye a perpetuar la discriminación de determinados colectivos. La mayoría del discurso de odio existente tanto online como offline entraría en la categoría de discurso intolerante.

Material adicional |
¿Quieres saber más sobre el discurso de odio?: #StopRumores
Informe sobre la legislación sobre el discurso de odio

2.1.2. Claves para detectar noticias falsas

Según Stop Rumores, de Andalucía Acoge, estas son algunas de las claves para detectar noticias falsas en redes y que puedes compartir con tu entorno:

1. Si no están firmadas no te fíes. Desconfía de las noticias que no estén escritas por un periodista. Las noticias falsas suelen ser anónimas.
2. No se mencionan las fuentes informativas. La mayor parte de rumores y noticias falsas no dan ninguna fuente o son difícilmente rastreables. No te fíes de las fuentes anónimas. Sin fuente no hay noticia.
3. Invitan a compartir el contenido específicamente. Presta atención al formato. Si contiene errores ortográficos, de redacción o el formato no es habitual, mala señal. Suelen tener títulos llamativos, escriben en mayúscula, abusan de los signos de exclamación e incluyen símbolos poco habituales en el texto.
4. Consulta otras noticias. Contrasta. Si no está en otro medio, empieza a sospechar.
5. Citas descontextualizadas. Mira la fecha. Las noticias falsas suelen ser escritas sin fecha o que la información pertenezca al pasado y se saque en el presente como si fuera actual.
6. Examinar siempre la URL. Existen sitio web cuyas url son sospechosas. Suelen ser falsas o imitan a una real. Si son url extrañas, poco conocidas, que no proporcionan ninguna información sobre quiénes son o ubicación físicas, desconfía.
7. Lee más allá del título. No te quedes con el titular provocativo de tu muro de Facebook que te ha llamado la atención. Pincha y comprueba a dónde te lleva. Si es una noticia falsa, te llevará a una página no oficial o incluso a otra noticia con otro titular.
8. Ojo a las fotos. Las noticias falsas suelen contener imágenes o vídeos manipulados. En ocasiones, la foto puede ser auténtica, pero sacada de contexto. Realiza una búsqueda de la imagen para verificar su procedencia.

Material adicional | Manual de buenas prácticas periodísticas sobre migración

2.1.3. Del discurso del miedo al discurso del odio

El discurso del odio es la consecuencia de un discurso del miedo. Sentimos miedo a perder nuestro estado de bienestar, el trabajo, nuestros privilegios conquistados y luchados a lo largo del tiempo y se señalan culpables, por lo general personas en situación de vulnerabilidad, para justificar situaciones de crisis y/o cambios.

Según Intermón Oxfam, mientras el discurso a favor de las personas migrantes y de los beneficios de la migración ha obviado responder a los miedos y valores de las personas que migran, encontramos que el discurso anti migratorio sí ha sabido apelar a los valores, y de manera muy particular a los principales miedos y ejes de preocupación de la ciudadanía logrando así que en el debate público sobre la migración se acepten ideas progresivamente más extremas e incluso xenófobas.

En este sentido, existen tres miedos fundamentales cuando las personas entrevistadas por Intermón Oxfam argumentan posiciones contrarias a la migración:

1. **El miedo a la pérdida del estándar de vida.** Entorno a este miedo se articulan los discursos que aseguran que las personas migrantes y nacionales compiten por puestos de trabajo o que las personas llegadas de fuera tienen privilegios en el acceso a las ayudas sociales.
2. **El miedo a la pérdida de la identidad cultural.** En torno a este miedo se articulan los discursos que auguran una islamización de Europa o la renuncia a ritos y costumbres locales por influencia de las personas extranjeras. Un elemento que ilustra cómo el discurso anti migratorio más extremo apela a estos miedos faltando a la evidencia es el análisis de la desinformación sobre personas migrantes y refugiadas. El estudio *Disinformation about migration in the EU: Promoting alternative Narratives* ha analizado, entre 2019 y 2020, más de 1500 artículos catalogables como desinformación sobre personas migrantes, y concluye que “Las narrativas de desinformación más comunes relacionadas con la migración buscan representarla como una amenaza para la salud, la riqueza o la identidad. (..) En particular, Italia y España registran niveles mucho más altos de desinformación relacionada con la riqueza y la salud, mientras que en Alemania y la República Checa las narrativas son predominantemente sobre la identidad”.
3. **El miedo a la pérdida de la integridad física.** En torno a este miedo se articulan los discursos que establecen sin evidencias relación entre la migración y el terrorismo o la criminalidad, así como la presentación de la migración como un riesgo de invasión. Apelar a estas emociones permite prescindir e incluso contradecir los datos y las evidencias ya que su impacto en las creencias de la persona es más fuerte.

Material adicional | Herramientas contra el discurso de odio

2.2. Estereotipos, prejuicios y discriminación

En el marco de las relaciones interculturales, existen tres conceptos que contribuyen a clarificar las lógicas de la desigualdad en términos de poder: **el estereotipo (negativo), el prejuicio y la discriminación.**

1. **Los estereotipos** son las atribuciones generalizadas de determinadas características de algunos miembros de un grupo al conjunto del mismo. Es decir, son ideas o creencias que se tienen sobre grupos de personas o colectivos relacionadas a las diferentes formas de ser y estar en el mundo. **Son las interpretaciones que se realizan sobre los elementos que configuran a las diferentes culturas, pudiendo contener connotaciones positivas o negativas.**
2. E**l prejuicio** resulta una **actitud hostil hacia una persona o grupo de ellas, simplemente por atribuírseles ciertas características.** Estas creencias creadas a partir de los estereotipos interpretados como negativos, generan rechazo y exclusión individual o colectiva.
3. **La discriminación** se materializa en un trato diferenciado y desigual hacia una persona o un grupo en diversos ámbitos de la vida social en función de una o varias categorías, sean estas reales, atribuidas o imaginarias, tales como la cultura, el género, la edad o la clase social.

Actividad 1. Tema 2 | Combatir el imaginario de la desinformación sobre niñas y niños migrantes no acompañados https://maldita.es/malditateexplica/20211004/imaginario-desinformacion-menores-migrantes-no-acompanados/

3. COMBATIR EL ODIO Y EL MIEDO, CONSTRUIR EL IMAGINARIO

Construir un imaginario justo derrumbando el creado por los discursos de odio y del miedo es una tarea que hay que hacer poquito a poco, pero constante. Estas son algunas claves que puedes aplicar tanto en casa, con tus familiares y amistades, como en tu espacio de trabajo, así como a la ciudadanía que te diriges:

1. **Deja a un lado el discurso antimigratorio.** Es decir, los marcos que se repiten se fuerzan. Nuestro discurso pro migratorio, pro derechos humanos, tiene que ver con argumentar lo contrario que el antimigratorio, ¡ojo! Sin crear oposición que dé lugar al rechazo: eligiendo bien las palabras y mostrando nuestro apoyo bajo explicaciones sencillas y empáticas. Los datos son importantes, pero las emociones más. Los datos se olvidan, los valores calan. Sin embargo, son y deben serlo totalmente complementarios. Dejemos los términos hegemónicos al un lado (problema, crisis, ilegal, frontera, invasión, crisis) y pasemos a la cotidianidad (proyecto, familia, aspiración, innovación, desarrollo, crecimiento).

2. **Ser constante en la cercanía**. Además de apelar a los valores que son importantes para los distintos grupos de población, es importante rescatar el debate migratorio del marco de la excepcionalidad. Aplicar una mirada propia, personal o institucional, basada en la cercanía, la experiencia directa y las emociones, valorando el encuentro e intercambio cotidiano, las relaciones, las aspiraciones y los proyectos que la migración hace posibles. Existen algunos espacios que permiten, a través de un discurso literal o metafórico, construir un relato diferente de las migraciones, alejado de imágenes estereotipadas y deshumanizadoras, inspirado en un abanico amplio de valores y emociones positivas.
3. **Contar con las historias de vida**. Según Intermón Oxfam, una de las características de la muestra representativa de la población adulta en España era el escaso grado de relación cercana con personas extranjeras y, en concreto, con personas migrantes y refugiadas. Esto hace que sean factores distintos a la experiencia directa, internos (como la personalidad, la educación recibida o la forma de ver el mundo) o externos (los medios de comunicación, la opinión de seres cerca- nos o el discurso político), los que determinan en gran parte las percepciones y actitudes con respecto a la migración. La experiencia directa es un potente elemento transformador de percepciones. Facilitar esta experiencia, o este encuentro es, por tanto, una estrategia clave para el cambio de narrativas.

4. MATERIAL COMPLEMENTARIO

Sobre discriminación y migración.
Conceptos erróneos como "migrante de segunda generación"
https://www.instagram.com/tv/B_489iKnNwj/?igshid=wrn4ds7i9ldc

El viaje de Said
http://www.cinenuevatribuna.es/articulo/magazine/viaje-said-corto-imprescindible-inmigracion/20160327205220001763.html

Sobre estereotipos y prejuicios en medios. El Payo today
https://www.youtube.com/watch?v=X8MXszjLCsU&feature=youtu.be

5. BIBLIOGRAFÍA

- Allcott, H. y Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211-36. doi: 10.1257/jep.31.2.211
- Estrada, G. C. (2017). La categoría inmigrante en la prensa española. Tesis. Universidad Pontificia Comillas. Recuperado de https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/100406/retrieve
- ¿Qué es el discurso de odio? Ayuntamiento de Barcelona: https://ajuntament.barcelona.cat/bcnvsodi/es/que-es-el-discurso-de-odio/
- Discurso de odio. Stop Rumores: https://stoprumores.com/mas-que-rumores/que-es-el-discurso-de-odio/
- Orientaciones para combatir el discurso de odio en internet. Injuve: https://www.injuve.es/sites/default/files/adjuntos/2019/10/orientacionesnohate-folleto-junio2019artefinal1.pdf
- La discriminación en España. CEAR: https://www.cear.es/wp-content/uploads/2017/02/Informe-discriminación.pdf
- Protocolo para combatir el discurso de odio ilegal en línea: https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/ficheros/ejes/discursoodio/PROTOCOLO_DISCURSO_ODIO.pdf