

Los migrantes siempre en el ojo del huracán

LOS MEDIOS TE HUNDEN O TE LEVANTAN

Una de las realidades más evidentes en nuestra vida son los medios de comunicación social, sobre todo la televisión y la radio y, últimamente, la aparición con fuerza inusitada de las redes sociales. Los medios son capaces de aupar a lo más alto a una persona y, también, de lo contrario: hundir en la miseria a cualquier persona o colectivo. Y eso ocurre, por ejemplo, con el colectivo de los inmigrantes. ¿Qué pueden hacer los medios? ¿Cómo se debe tratar al extranjero?

Cecilia Estrada Villaseñor



Los migrantes siempre en el ojo del huracán

LOS MEDIOS TE HUNDEN O TE LEVANTAN

Una de las realidades más evidentes en nuestra vida son los medios de comunicación social, sobre todo la televisión y la radio y, últimamente, la aparición con fuerza inusitada de las redes sociales. Los medios son capaces de aupar a lo más alto a una persona y, también, de lo contrario: hundir en la miseria a cualquier persona o colectivo. Y eso ocurre, por ejemplo, con el colectivo de los inmigrantes. ¿Qué pueden hacer los medios? ¿Cómo se debe tratar al extranjero?

Cecilia Estrada Villaseñor

>Una caravana de madres que busca a sus hijos desaparecidos, treinta años de muertes en el Estrecho, la crisis de los refugiados sirios, el monte Gurugú, el Mediterráneo, Tijuana, Lesbos, Sudán del Sur, el río Suchiate, un muro que frena la caravana migrante…

Todos estos son elementos que nos sitúan en lugares probablemente desconocidos, pero que imaginamos. Cuando leemos ciertos topónimos evocamos situaciones ajenas, casi seguro extrañas e ignoradas. Viajamos pensando no solamente en los lugares sino en lo que creemos que ocurre en ellos, mientras que nos adentramos en lo que sabemos sobre los acontecimientos. Probablemente usted nunca haya estado frente a la valla de Ceuta; sin embargo, seguro que tiene una representación en su memoria, ¿verdad? Lo mismo ocurre con las personas a las que describen los medios de comunicación, igualmente cuando se trata de inmigrantes. Quizá el lector no haya conocido a muchos, pero tiene algunas nociones de cómo son.

El relato continuado de personas, lugares y hechos que imaginamos se forma en muchos casos a través del titular que encabeza una noticia, apenas tres o cuatro palabras que llaman nuestra atención para seguir leyendo el resto de la pieza hasta el punto final. Ya se hacía tradicionalmente, pero especialmente en la época del famoso click-bait, las palabras en las noticias deben de ser elegidas para retener la atención, impulsando el pensamiento y la imaginación.

De esta forma, si queremos entender la moderna estructura de los medios y su aplicación a los temas sociales, y sobre todo, si queremos entender la naturaleza de los fenómenos reales que los medios de comunicación tratan de transmitirnos, hemos de tener en cuenta cómo afectan y "manipulan" nuestro entendimiento y juicio.

< El relato continuado de personas, lugares y hechos que imaginamos se forma en muchos casos a través del titular que encabeza una noticia, apenas tres o cuatro palabras que llaman nuestra atención para seguir leyendo el resto de la pieza hasta el punto final. >

COMUNICAR LOS HECHOS

En el mundo hay un refugiado nuevo cada treinta y dos segundos, según el "Migration world clock" que maneja cifras de ONU. El número de migrantes en el mundo define la actualidad mundial en materia de guerras, las mismas que se cuentan a base de informativos, constantes debates y comunicados de prensa por parte de gobiernos. Lo que en muchos casos falta es la contextualización de determinadas situaciones que haga comprender a la sociedad para la que se trabaja, las consecuencias de dichos acontecimientos y los daños colaterales de esta situación.

¿Cómo se transmite e interpreta esta realidad? Hablamos de los discursos que se reproducen en una sociedad desde sus élites de poder, que en este caso son los partidos políticos y los medios de comunicación, muchas veces en estrecha sintonía ideológica. Son los mismos que alzan un líder, el cual enarbola en su discurso el sentir del partido en su conjunto y al mismo tiempo comunica, utilizando altavoces afines, de manera eficiente el mensaje a sus votantes. No podemos olvidar que la tarea es ganar votantes. El discurso es una guerra abierta contra todos los demás partidos, y en esta guerra está dejando de haber reglas. Cada vez hay menos impedimentos para mostrar abiertamente el sectarismo, la xenofobia y el desprecio por el otro, no existen límites para comunicar cualquier mensaje, y se despiertan determinadas respuestas en la sociedad.



< La gran mayoría de los consumidores de información se dejan llevar por las informaciones que les son vertidas como el suero al paciente, casi sin darse cuenta de la forma en la que estas palabras van a calar en su conducta. >

La gran mayoría de los consumidores de información se dejan llevar por las informaciones que les son vertidas como el suero al paciente, casi sin darse cuenta de la forma en la que estas palabras van a calar en su conducta. En algunos casos, el suero es anestesia, que genera una adormidera en la audiencia sin precedentes; en otros es pólvora, que está esperando la chispa más incipiente para encender a la sociedad. Por fortuna o por desgracia, vivimos en una actualidad que encierra todos estos ejemplos.

LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación sustituyen a la realidad, en palabras de Younis Robledo (1996), quien también dice que los medios fingen que transmiten la realidad, la modernizan y la remueven.

De esta forma, no tenemos una visión real de las situaciones, por ello, cabe decir que trabajamos y vivimos de forma mediada, nos alimentamos de los medios para lograr nuestra particular realidad. Pero debemos saber que los medios están manipulados y sabemos de los efectos tendenciosos a los que se puede llegar si no se pone un alto a tiempo. Debemos hacernos responsables de esta situación. Así como hay partidos políticos que incitan al odio al otro, también hay medios de comunicación encaminados en este sentido.

Estas cuestiones quedan explicadas a partir de distintas teorías, como la de la identidad social, que defiende que los medios sustituyen la opinión de los pares y de los amigos y de la familia, impulsando una situación para modificar la percepción de determinadas cuestiones. Está también la teoría de la aniquilación semántica, que dice que lo que no aparece en los medios, no existe, o la del *Agenda Setting*, que critica la sociedad de consumo de opinión y la generación de constantes falacias "ad populum", transmitiendo una certeza general en lo que una mayoría piensa que es

COMUNICAR LOS HECHOS

En el mundo hay un refugiado nuevo cada treinta y dos segundos, según el "Migration world clock" que maneja cifras de ONU. El número de migrantes en el mundo define la actualidad mundial en materia de guerras, las mismas que se cuentan a base de informativos, constantes debates y comunicados de prensa por parte de gobiernos. Lo que en muchos casos falta es la contextualización de determinadas situaciones que haga comprender a la sociedad para la que se trabaja, las consecuencias de dichos acontecimientos y los daños colaterales de esta situación.



¿Cómo se transmite e interpreta esta realidad? Hablamos de los discursos que se reproducen en una sociedad desde sus élites de poder, que en este caso son los partidos políticos y los medios de comunicación, muchas veces en estrecha sintonía ideológica. Son los mismos que alzan un líder, el cual enarbola en su discurso el sentir del partido en su conjunto y al mismo tiempo comunica, utilizando altavoces afines, de manera eficiente el mensaje a sus votantes. No podemos olvidar que la tarea es ganar votantes. El discurso es una guerra abierta contra todos los demás partidos, y en esta guerra está dejando de haber reglas. Cada vez hay menos impedimentos para mostrar abiertamente el sectarismo, la xenofobia y el desprecio por el otro, no existen límites para comunicar cualquier mensaje, y se despiertan determinadas respuestas en la sociedad.

> La gran mayoría de los consumidores de información se dejan llevar por las informaciones que les son vertidas como el suero al paciente, casi sin darse cuenta de la forma en la que estas palabras van a calar en su conducta. <

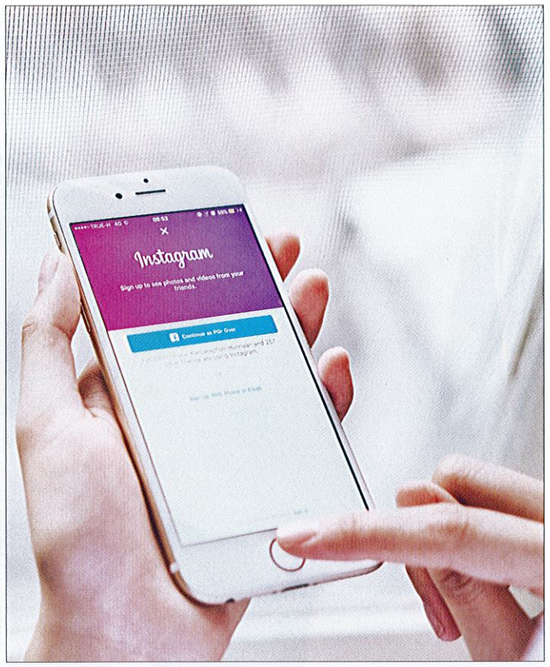
La gran mayoría de los consumidores de información se dejan llevar por las informaciones que les son vertidas como el suero al paciente, casi sin darse cuenta de la forma en la que estas palabras van a calar en su conducta. En algunos casos, el suero es anestesia, que genera una adormidera en la audiencia sin precedentes; en otros es pólvora, que está esperando la chispa más incipiente para encender a la sociedad. Por fortuna o por desgracia, vivimos en una actualidad que encierra todos estos ejemplos.

LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación sustituyen a la realidad, en palabras de Younis Robledo (1996), quien también dice que los medios fingen que transmiten la realidad, la modernizan y la remueven.

De esta forma, no tenemos una visión real de las situaciones, por ello, cabe decir que trabajamos y vivimos de forma mediada, nos alimentamos de los medios para lograr nuestra particular realidad. Pero debemos saber que los medios están manipulados y sabemos de los efectos tendenciosos a los que se puede llegar si no se pone un alto a tiempo. Debemos hacernos responsables de esta situación. Así como hay partidos políticos que incitan al odio al otro, también hay medios de comunicación encaminados en este sentido.

Estas cuestiones quedan explicadas a partir de distintas teorías, como la de la identidad social, que defiende que los medios sustituyen la opinión de los pares y de los amigos y de la familia, impulsando una situación para modificar la percepción de determinadas cuestiones. Está también la teoría de la aniquilación semántica, que dice que lo que no aparece en los medios, no existe, o la del *Agenda Setting*, que critica la sociedad de consumo de opinión y la generación de constantes falacias "ad populum", transmitiendo una certeza general en lo que una mayoría piensa que es



> Partiendo de una pregunta como: ¿por qué se elige una noticia en lugar de otra para que encabece los medios?, podemos llegar fácilmente a otras como: ¿Por qué gana las elecciones Trump? ¿Por qué las ganó Orban o Salvini? ¿Por qué razón mantienen un tono determinado frente a algunos temas? <

Partiendo de una pregunta como: ¿por qué se elige una noticia en lugar de otra para que encabece los medios?, podemos llegar fácilmente a otras como: ¿Por qué gana las elecciones Trump? ¿Por qué las ganó Orban o Salvini? ¿Por qué razón mantienen un tono determinado frente a algunos temas? ¿Por qué se generan estas o aquellas ideas en campañas políticas para ganar simpatía entre los votantes?

importante, dejando atrás y sin relevancia mediática a las minorías.

Los medios de comunicación buscan un impacto emocional, el cual remarca el ánimo de algunas decisiones. Partiendo de una pregunta como: ¿por qué se elige una noticia en lugar de otra para que encabece los medios?, podemos llegar fácilmente a otras como: ¿Por qué gana las elecciones Trump? ¿Por qué las ganó Orban o Salvini? ¿Por qué razón mantienen un tono determinado frente a algunos temas? ¿Por qué se generan estas o aquellas ideas en campañas políticas para ganar simpatía entre los votantes?

A tener en cuenta a la hora de informar sobre la migración

1. No hay que incluir el grupo étnico, el color de la piel, el país de origen, la religión o la cultura si no es estrictamente necesario para la comprensión global de la noticia.

2. Es necesario evitar las generalidades, los maniqueísmos y la simplificación de las informaciones. Los residentes extranjeros no comunitarios son tan poco homogéneos como los autóctonos.

3. No deben potenciarse las informaciones negativas ni las sensacionalistas. Hay que evitar crear inútilmente conflictos y dramatizarlos. Hay que potenciar la búsqueda de noticias positivas.

4. Ecuanimidad en las fuentes de información. Es necesario contrastar las versiones institucionales. Hay que potenciar las propias de las minorías étnicas y tener especial cuidado en las informaciones referidas a los países de origen. La publicación de las rectificaciones como elementos que inciden en la calidad del medio informativo.

5. Responsabilidad de los profesionales. La importancia de la ubicación física de la información. "El efecto dominó". Utilización del material gráfico.

6. Militancia periodística: hacia una multi-interculturidad enriquecedora para todos. La potenciación de las informaciones en positivo.

7. El uso del género gramatical masculino para referirse a grupos mixtos, invisibiliza a las mujeres y sus aportaciones en los diferentes ámbitos de vida, simplificando y, en muchos casos, deformando la realidad. *

(Del *Manual de estilo sobre minorías étnicas* del Collegi de Periodistes de Catalunya).

El éxito está asegurado. Estos discursos es tienen un común denominador: la polarización de las ideas. Todo se presenta caótico y todo tiene un culpable de los problemas existentes. Por lo tanto, esta persona distinta es el otro, descrito en muchos casos como el enemigo contra el cual luchar. Los efectos de los discursos tienen distintos alcances. Los más efectivos son los políticos, ya que pretenden llegar a una sociedad que ha de mantenerles en pie.

EL IMAGINARIO SOCIAL

El imaginario social se genera a partir de cuestiones que tenemos alojadas en lo que llamamos inconsciente. En ciencias sociales, Cornelius Castoriadis creó este concepto para designar a las llamadas representaciones sociales que cada

< Nos limitamos a conocer solamente algunos fragmentos de información y extrapolamos su naturaleza del resto de elementos, ahorrando con ello tiempo y esfuerzo. >

institución recrea. Este concepto es importante, porque precisa un significado desde el "materialismo" para revitalizar esa influencia que tiene lo material sobre lo social.

El poder de la representación y la manera de comunicar los hechos correspondientes por parte de los medios de comunicación, entre otras cuestiones, están dirigidas a la ideología, que es en el fondo el conjunto de nuestros imaginarios. ¿Qué ideologías se esconden en la publicación de una noticia?, ¿Existen discursos periodísticos que asocian a la inmigración y a los inmigrantes con un imaginario social que tiene que ver con la criminalidad? ¿Cómo se construye la categoría inmigrante?

El mundo no está categorizado de antemano de una forma en la que todos nos veamos obligados a aceptarlo, sino que se construye a medida de que las personas hablan, escriben o discuten sobre él. En este sentido, la manera en la que la construcción de la categoría inmigrante se conforma es un proceso por el que se ordena el entorno, tales como grupos de personas, objetos y hechos que tengan alguna característica similar o equivalente entre sí, que sea relevante para las acciones, intenciones o actitudes de los individuos. Este proceso es utilizado por los sujetos para sistematizar y simplificar el entorno social. Sin embargo, esta simplificación no se ve reflejada en la sociedad.

A través de estas divisiones, se proporciona la ventaja de simplificar la cognición social, tratándose así de una operación de "economía cognitiva". De esta forma, se impone un "orden" al entorno. Este entorno responde a estas cuestiones, el funcionalismo estructural que sienta algunas bases. Ellos están en un lugar y nosotros en otro.

Así, nos limitamos a conocer solamente algunos fragmentos de información y extrapolamos su naturaleza del resto de elementos, ahorrando con ello tiempo y esfuerzo.

El llamado "Proceso de habituación" detecta la ventaja psicológica de restringir algunas cuestiones en los procesos y de esto se obtiene como resultado la creencia de conocer más de lo que en realidad se conoce, debido a que se aprehende como real una selección arbitraria. Una parte realizada por el ser humano y la otra por el medio de comunicación.



¿CÓMO SE GENERA LA IDEOLOGÍA EN LAS NOTICIAS?S

1. Las ideologías y el estado de las condiciones sociales y las funciones que tengan estas. Son las primeras en el sistema de creencias.

2. Si se ignoran las dimensiones ideológicas y solamente se analizan en términos de prácticas sociales. Formaciones sociales o estructuras sociales.

3. Las ideologías se adquieren, comparten e intercambian socialmente y se utilizan en nombre de un grupo dentro del cual los miembros comparten el mismo tipo de representaciones mentales.

4. Las ideologías son reproducidas todos los días a través de los miembros de una sociedad.

Sin embargo, en el momento en el que esta situación se simplifica, se invisibilizan los procesos sociales más generales y esto genera desigualdad ideológica. Es como si la balanza estuviera en constante desequilibrio.

< Nos limitamos a conocer solamente algunos fragmentos de información y extrapolamos su naturaleza del resto de elementos, ahorrando con ello tiempo y esfuerzo. >

institución recrea. Este concepto es importante, porque precisa un significado desde el "materialismo" para revitalizar esa influencia que tiene lo material sobre lo social.

El poder de la representación y la manera de comunicar los hechos correspondientes por parte de los medios de comunicación, entre otras cuestiones, están dirigidas a la ideología, que es en el fondo el conjunto de nuestros imaginarios. ¿Qué ideologías se esconden en la publicación de una noticia?, ¿Existen discursos periodísticos que asocian a la inmigración y a los inmigrantes con un imaginario social que tiene que ver con la criminalidad? ¿Cómo se construye la categoría inmigrante?

El mundo no está categorizado de antemano de una forma en la que todos nos veamos obligados a aceptarlo, sino que se construye a medida de que las personas hablan, escriben o discuten sobre él. En este sentido, la manera en la que la construcción de la categoría inmigrante se conforma es un proceso por el que se ordena el entorno, tales como grupos de personas, objetos y hechos que tengan alguna característica similar o equivalente entre sí, que sea relevante para las acciones, intenciones o actitudes de los individuos. Este proceso es utilizado por los sujetos para sistematizar y simplificar el entorno social. Sin embargo, esta simplificación no se ve reflejada en la sociedad.

A través de estas divisiones, se proporciona la ventaja de simplificar la cognición social, tratándose así de una operación de "economía cognitiva". De esta forma, se impone un "orden" al entorno. Este entorno responde a estas cuestiones, el funcionalismo estructural que sienta algunas bases. Ellos están en un lugar y nosotros en otro.

Así, nos limitamos a conocer solamente algunos fragmentos de información y extrapolamos su naturaleza del resto de elementos, ahorrando con ello tiempo y esfuerzo.

El llamado "Proceso de habituación" detecta la ventaja psicológica de restringir algunas cuestiones en los procesos y de esto se obtiene como resultado la creencia de conocer más de lo que en realidad se conoce, debido a que se aprehende como real una selección arbitraria. Una parte realizada por el ser humano y la otra por el medio de comunicación.



¿CÓMO SE GENERA LA IDEOLOGÍA EN LAS NOTICIAS?S

1. Las ideologías y el estado de las condiciones sociales y las funciones que tengan estas. Son las primeras en el sistema de creencias.

2. Si se ignoran las dimensiones ideológicas y solamente se analizan en términos de prácticas sociales. Formaciones sociales o estructuras sociales.

3. Las ideologías se adquieren, comparten e intercambian socialmente y se utilizan en nombre de un grupo dentro del cual los miembros comparten el mismo tipo de representaciones mentales.

4. Las ideologías son reproducidas todos los días a través de los miembros de una sociedad.

Sin embargo, en el momento en el que esta situación se simplifica, se invisibilizan los procesos sociales más generales y esto genera desigualdad ideológica. Es como si la balanza estuviera en constante desequilibrio.

La comprensión no consiste solamente en la asociación de significados y palabras, oraciones o discursos, sino en la construcción de modelos mentales que incluyen nuestras opiniones personales y actitudes asociadas con un evento. Esta cuestión es importante tenerla en cuenta, de cara a saber lo que nos ocurre por dentro cuando nos hablan del inmigrante en los medios.

La mayoría de las ideologías las aprendemos al leer y escuchar a otros miembros del grupo, empezando por nuestros padres y compañeros. Más adelante "aprendemos" ideologías mirando la televisión o leyendo libros de texto en la escuela; de igual forma lo hacemos a través de la publicidad, los periódicos, las novelas o al participar en conversaciones cotidianas entre amigos y colegas, así como en muchos otros tipos de discurso oral y escrito. Algunos géneros del discurso, los mítines, el adoctrinamiento, la propaganda política, tienen el objetivo explícito de "enseñar" las ideologías a los miembros del grupo y a los nuevos adeptos.

Es precisamente en ese momento en el que se generan la relación con la ideología y el discurso, y de ahí parte una línea de pensamiento importante en el llamado cognitivo social, que va a desempeñar un papel clave a la hora de tener en cuenta al otro.

Francisco y los medios de comuniacación

Al papa Francisco le falta tiempo para defender a los migrantes frente a cualquier gobierno o empresa, incluidos los medios de comunicación social. Ya en el 2016, durante en un discurso, en el Vaticano, a los periodistas italianos, el papa Francisco declaraba "que el periodismo basado en chismes y rumores es una forma de "terrorismo" y que los medios que estereotipan a poblaciones o fomentan el miedo hacia los migrantes están actuando destructivamente". Durante su discurso, el Papa ha insistido en que los periodistas tienen que hacer un esfuerzo adicional para buscar la verdad, sobre todo en la época de las coberturas instantáneas y de 24 horas.

Dijo también que difundir rumores es un ejemplo de "terrorismo, de cómo puedes matar a una persona con tu lengua". "Esto es aun más cierto para los periodistas, ya que su voz puede llegar a todo el mundo y ésta es una arma muy poderosa".

Francisco, que ha defendido siempre los derechos de los refugiados y migrantes, ha mantenido que el periodismo no debe ser utilizado como un "arma de destrucción contra las personas o incluso pueblos enteros".

Y por citar otro momento, entre los muchísimos que se encuentran, con motivo de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de 2017, el papa Francisco animó a los medios de comunicación social a "estar al servicio de la verdad rechazando los prejuicios, y difundir esperanza y confianza en nuestro tiempo". En su mensaje, pronunciado en la Plaza de San Pedro, Francisco destacó la importante función que ejercen los medios de comunicación en nuestra sociedad: "Los medios de comunicación social ofrecen la posibilidad de compartir y de difundir al instante las noticias de forma directa; estas noticias pueden ser bellas o feas, verdaderas o falsas" y animó a los comunicadores a ejercer su labor "de forma constructiva rechazando los prejuicios contra los demás", y siguiendo un modelo que "fomente una cultura del encuentro que ayude a mirar la realidad con auténtica confianza".Así mismo, el pontífice reconoció el gran reto al que se enfrenta el sector de la comunicación con las nuevas tecnologías e invitó a evitar la desinformación, pero también a evitar transmitir una imagen negativa del mundo. ✱

¿QUÉ PODEMOS HACER?

Los medios de comunicación deben mantener un debate social basado en los hechos, sin exagerar situaciones y sin enfatizar detalles que no sean relevantes para informar sobre los hechos, como por ejemplo,

< Los medios de comunicación deben mantener un debate social basado en los hechos, sin exagerar situaciones y sin enfatizar detalles que no sean relevantes. >

la nacionalidad de las personas.

Debemos de multiplicar las fuentes, contando con una amplia narración de los hechos que abarquen la cuestión de fondo, haciendo un esfuerzo por ofrecer una perspectiva distinta.

Hay que cambiar la nociva relación de fuerzas y "equilibrio" ideológico, y contextualizar la información que sea relevante sobre las personas de las que se habla en la noticia, generando así una pedagogía constante sobre las causas qué origina la migración.

Hacer una división en el relato de las migraciones como problema y no como solución.

Ampliar la visión de los periodistas con la mirada de expertos en el tema, construyendo así vías de comunicación que mejoren la información sobre el proceso migratorio en la región.

Solicitar la cobertura de las distintas temáticas a periodistas establecidos en el terreno. Las personas que viven en los lugares conocen mejor determinadas dinámicas que los que no. Los periodistas deben conocer de fondo algunas de las cuestiones en el momento de hacer determinadas coberturas, pero en el caso de la cobertura sobre migraciones se hace cada vez más necesario que el periodista conozca.

Y así, cada vez que escuchemos en los medios de comunicación hablar sobre una caravana de madres que busca a sus hijos desaparecidos, treinta años de muertes en el estrecho, la crisis de los refugiados sirios, el monte Gurugú, el mediterráneo, Tijuana, Lesbos, Sudán del sur, el Río Suchiate o un muro que frena la caravana migrante, sepamos que nos estamos enfrentando a un acomodo de ideas sobre el inmigrante y que al mismo, lo estamos posicionando dentro de una estructura social preestablecida de la que nuestro inconsciente no lo dejará salir tan fácilmente. ✸

Noticias falsas y xenofobia

El obispo de Astorga advierte de que las falsas noticias sobre inmigración generan xenofobia. Mientras en los titulares, en muchas ocasiones, hablan, por ejemplo, de que España pide más ayuda a la Unión Europea frente a la creciente llegada de inmigrantes, el obispo y presidente de la Comisión de Migraciones de la Conferencia Episcopal Española, Juan Antonio Menéndez, trasladaba a los medios de comunicación, a través de un vídeo de la Red Migrantes con Derechos, que "las fronteras se han convertido en zonas de no derecho, en zonas donde la democracia está secuestrada y donde se ha normalizado ese secuestro de la democracia".

Además, se pregunta: "¿cómo combatir las falsas noticias que alteran y manipulan la realidad de la migración?". Según Juan Antonio Menéndez, los expertos destan cómo los medios de comunicación, "arrastrados por las agendas políticas y económicas del momento, no siempre tratan en su justa medida el fenómeno de la migración. A veces, abordan el fenómeno solo desde el punto de vista político y económico confrontando los problemas de los inmigrantes con los ciudadanos del país que generan incomprensión y alimentan la xenofobia".

La realidad de la inmigración en España se refleja, según el obispo, en las cifras de 2017. El año pasado llegaron al país 900.000 extranjeros de los que 22.000 eran irregulares -"que es donde ponemos el objetivo" de las cámaras"-, pero los que se quedaron no superaron los 100.000. "Los expertos nos dicen que no estamos ante una burbuja migratoria, sino que la migración se ha vuelto circular, vienen pero se van a otros países de la Unión Europea, a Estados Unidos, a Canadá, para después regresar a sus países". Juan Antonio Menéndez destaca que no se puede focalizar la información en los 22.000 irregulares porque "han llegado muchos más que están trabajando y contribuyendo a que este país cree riqueza y a que las pensiones se puedan pagar. Hay que equilibrar las noticias".

El obispo indica que España y Portugal por la experiencia que tienen de haber sido países emisores de emigrantes y de acogida, "no hay brotes de xenofobia y odio al extranjero, pero si empezamos a decir cosas innecesarias y sobre todo que suscitan el temor a la gente a una invasión o a que se pierda el trabajo, si todas las noticias son negativas, puede llegar el momento en que la gente se las crea y se cree un caldo de cultivo de xenofobia, y por otra parte los inmigrantes no dialogan y se cierran en sí mismos pueden provocar incidentes".

La situación creada en Ceuta, Melilla y otros lugares de recepción de inmigrantes que llegan de manera irregular "es una ratonera, la mayoría son del África Subsahariana y volver otra vez a casa significa cruzar el desierto y morir en él. Es otra de las noticias que no sale. Son muchos los que mueren en el Mediterráneo pero son muchos también los que mueren en el desierto expulsados de los países", subraya el máximo responsable de Comisión de Migraciones de la Conferencia Episcopal Española. ✸