



Discurso & Sociedad

Copyright © 2022
ISSN 1887-4606
Vol. 16(1) 64-87
www.dissoc.org

Artículo

Análisis de la representación audiovisual de las mujeres refugiadas en Televisión Española y Telecinco¹

***Analysis of the audiovisual representation of
refugee women on Televisión Española and
Telecinco***

Teresa Zarauza Valero
Universidad de Almería, CySOC

Sebastián Sánchez Castillo
Universitat de València

Resumen

Las noticias sobre refugiados en Europa ocupan gran parte de las escaletas de los informativos televisivos y se han consolidado como una tipología de noticias, en ocasiones estereotipada. Las imágenes de las distintas crisis de refugiados, sirios, iraquíes, paquistaníes y afganos, entre otros, relatan la angustia y la desesperación de millones de personas abandonadas a su destino. El tratamiento que desde los medios de comunicación se está otorgando es clave para entender la situación de extrema urgencia que están viviendo millones de personas. En esta investigación se analiza el tratamiento que, desde dos televisiones en España, Televisión Española y Telecinco, se está ofreciendo sobre estas víctimas en sus desplazamientos forzados. Concretamente se estudia el discurso visual de las mujeres refugiadas. Tras el análisis de contenido, se evidencia una infrarrepresentación de las refugiadas en los medios televisivos examinados y cuando estas son entrevistadas, solo en el 50% de los casos se ofrecen datos personales y de procedencia. La imagen de las refugiadas es casi testimonial, representando a las figuras femeninas como meros actores sin apenas representación individual.

Palabras clave: televisión, mujer refugiada, análisis de contenido, comunicación audiovisual.

Abstract

Television news in Europe covers a large amount of news about refugees, and have become consolidated as a news typology, stereotyped sometimes. The images of the different refugee's crises, Syrians, Iraqis, Pakistanis and Afghans, among others, narrate the anguish and despair of millions of people forced to leave their homes. The role played by television news becomes key to understand the extreme urgency of the situation that millions of people are living. This research analyzes the treatment given by two television channels in Spain, Televisión Española and Telecinco, to these victims in their forced displacements. Specifically, the visual discourse of refugee women has been studied. After the analysis, an under-representation of refugee women is evidenced in both television channels, and when they are interviewed, personal and origin data are given only in the 50% of the cases. The image of female refugees is almost testimonial, depicting female figures as mere actors with hardly any individual representation.

Keywords: television, refugee woman, content analysis, audiovisual communication.

Introducción

La guerra de Siria, que en marzo de 2021 cumplía diez años, ha dejado tras de sí cifras realmente desgarradoras: “medio millón de víctimas mortales, un número indeterminado de heridos, mutilados y desaparecidos, y más de 12 millones de desplazados” (RTVE, 2021). En 2015, a la grave vicisitud provocada por los numerosos desplazamientos que se producen desde Oriente Medio hacia las fronteras europeas se la denomina “crisis de los refugiados” (Bundy, 2016; Fassin, 2015), este término se populariza entre los medios de comunicación (Alcalde, 2016) y el 29 de septiembre de 2015, bajo el nombre “crisis humanitaria de los refugiados” es llevada al Parlamento español en forma de Proposición no de ley (van Dijk, 2021).

El fenómeno migratorio ha ido ganando espacio e importancia en los medios de comunicación y ha generado un creciente interés académico en el estudio del tratamiento que los medios hacen sobre este (Bañón, 2007; Esses *et al.*, 2013; Gottlob y Boomgaarden, 2019; Muñiz *et al.*, 2008; Ní Laoire *et al.*, 2010; Thomson y White, 2008; van Dijk, 1991). Desde 2015, se produce un verdadero auge de noticias que nos revelan imágenes ciertamente dolorosas sobre los refugiados (Giannakopoulos, 2016; Lenette y Cleland, 2016; Parker *et al.*, 2018; Yalouri, 2019). Aún son escasos los trabajos que se centran específicamente en la imagen mediática que se ofrece sobre personas refugiadas; por ello, son tan importantes proyectos de I+D+i, como DIPURE (El discurso público sobre los refugiados en España). Los medios no solo ofrecen información, sino que generan una opinión, y han contribuido, a través de su forma de comunicar, a crear una imagen estereotipada negativa sobre la inmigración (Solves y Arcos, 2021; Entman 2005; Seiter, 2006). La responsabilidad social de los medios también es objeto de estudio y recuerda que, en el modelo social actual, se demanda un plus de compromiso en su tratamiento y gestión (Sendín *et al.*, 2008).

Al severo problema que supone la presentación de una imagen estereotipada negativa sobre el fenómeno migratorio, hay que añadir la odisea que representa ser mujer, musulmana y refugiada (Dumont, 2018). Las mujeres refugiadas son representadas como víctimas pasivas, rostros sin voz (Alhayek, 2015) que necesitan urgentemente ayuda humanitaria (Abu-Lughod, 2002; Ruiz, 2016). Algunos medios presentan un discurso “agresivo” en el que, además de presentar a la mujer refugiada como víctima de un conflicto armado, también lo son de la trata con fines de explotación sexual (Dumont, 2018; Ruiz, 2016).

El principal objetivo de este estudio es analizar la representación mediática que se ofrece de las mujeres refugiadas en los informativos de Televisión Española (TVE) y Telecinco. Para ello, se analiza el carácter evaluativo de las noticias en las que aparecen, así como los términos utilizados para denominar el fenómeno migratorio y los protagonistas. Además, se examinan los términos empleados por los profesionales de la comunicación durante el relato de las noticias. Por último, se analizan los datos aportados cuando una mujer presta declaración.

La representación mediática de las mujeres refugiadas

En el presente trabajo, cobra especial relevancia, por un lado, la *agenda setting*, y por otro, la teoría del *framing*. La *agenda setting* hace referencia a la capacidad de los medios de comunicación de fijar la agenda pública (McCombs y Shaw, 1972). De acuerdo con esta teoría, el espectador percibe que los temas que reciben mayor cobertura mediática son más importantes que el resto (Baumgartner y Jones, 1994; McCombs, 1996). Por otro lado, la teoría del *framing* es uno de los métodos más utilizados por los investigadores de la comunicación para comprender el tratamiento informativo (de Vreese, 2003; Tankard, 2001; Tewksbury y Scheufele, 2009). Entman (1993, p. 53) habla de que los *frames* resaltan algunas partes de la información sobre un elemento que es objeto de la comunicación, haciendo que esta sea más significativa para el público, ya que aumenta la probabilidad de que los receptores perciban la información, discernan su significado, la procesen, y la almacenen en la memoria. Estos *frames*, o encuadres, ofrecen una perspectiva determinada, invitan al espectador a observar un tema desde una óptica particular (Igartua *et al.*, 2006), y no remiten a la historia, sino al tratamiento que se ofrece sobre la misma (D'Angelo, 2002). En otras palabras, el *framing* es una acción estratégica que genera cuatro consecuencias en el discurso: la definición del problema, la interpretación causal, la evaluación moral y/o la recomendación de tratamiento (Entman, 1993). Tuchman (1978), además, señala la responsabilidad de los profesionales de la información en la distribución de la realidad, puesto que es resultado de las necesidades de la organización y del interés profesional.

La elección del léxico en materia de inmigración nunca es neutra, debido a que cada término presenta a los descritos de forma diferente. Parker *et al.* (2018) analizaron la publicación de las imágenes de Alan Kurdi: si bien previamente a la tragedia los medios de comunicación utilizaban preferentemente la categoría “migrante”, tras ella, esta se cambió por “refugiado”, con una connotación mucho más positiva. Las palabras que utilizamos para designar a las personas refugiadas son clave para entender cómo la sociedad receptora capta el mensaje (Kirkwood

et al., 2016). Son muchos los estudios que van en esta línea y que sostienen que los términos son capaces de humanizar o deshumanizar, contextualizar o descontextualizar, identificar o difuminar una identidad (Bañón, 2021). La intencionalidad con la que el sujeto de la enunciación utiliza las palabras es otro punto clave (Negroni *et al.*, 2013), ya que está estrechamente vinculada con las intenciones del emisor.

La representación mediática de las personas refugiadas en el discurso de los medios de comunicación no es producto de la casualidad. El filósofo de la comunicación Marshall McLuhan (1964, p. 349) decía: “It is more difficult to provide uniqueness and diversity than it is to impose the uniform patterns of mass education”. La “crisis de los refugiados” se nos ha presentado con un marco visual dominante que representa a los refugiados como un fenómeno uniforme y homogéneo, repleto de masas anónimas y sin rostro (Azevedo *et al.*, 2021; Hemmelmann y Wegner, 2017; López del Ramo y Humanes, 2016). Este hecho hace que el espectador se involucre de manera diferente; es el fenómeno conocido en psicología social como el “efecto de la víctima identificable” (Tsakiris, 2021). Adichie (2009) afirma que es muy peligroso contar una historia única y afirma que “las historias se han usado para despojar y calumniar, pero las historias también pueden dar poder y humanizar. Las historias pueden quebrar la dignidad de un pueblo, pero también pueden reparar esa dignidad rota”.

En 2015, más de un millón de personas llegaron a Europa en barco (The United Nations Refugee Agency, UNHCR, 2016) procedentes, principalmente, de Siria, Afganistán e Irak. El 17% de esas personas se estima que eran mujeres (ACNUR, 2016); a esta cifra hay que añadir el gran número de personas que cruzaron Europa a pie. Cada persona representa una historia propia, una historia que era imposible abordar desde el punto de vista individual, pero que sí se hizo de manera colectiva, uniforme y homogénea. Los medios de comunicación, de acuerdo con sus propios *news frames*, inundaron los telediarios y nos dibujaron una imagen particular de las personas que huían de sus hogares hacia Europa en busca de protección.

En general, la mujer musulmana es representada por los medios occidentales como pasiva o sumisa (Al-Hejin, 2015). Las mujeres musulmanas no son un sujeto activo de las noticias sobre inmigración y refugio y son representadas como víctimas (Amores *et al.*, 2020; Ruiz, 2016). Son muchas las noticias que muestran a la mujer como víctima del hombre oriental, que oprime a las mujeres y vende a sus hijas por dinero (Alhayek, 2015; Dumont, 2018); sin embargo, el propio Alhayek, afirma tras entrevistarse con varias mujeres sirias que los matrimonios forzados a cambio de dinero entre mujeres en Jordania y

hombres árabes se limitan a unos pocos casos (2014). Además, las refugiadas suelen ser retratadas con símbolos y elementos religiosos; la mayoría de *frames* seleccionados por periodistas muestran a la mujer con túnicas largas y pañuelos (Cvetkovic y Pantic, 2018). Estudios como el de Amores *et al.* (2020) determinan que las mujeres aparecen con símbolos religiosos en un porcentaje mayor que en el caso de los hombres. Los medios de comunicación acaban fomentando y procesando la idea de que la cultura musulmana es discriminatoria con la mujer, a través del uso forzado del *hiyab* y otros elementos relacionados con la práctica religiosa (Al-Hejin, 2015), y acaban difundiendo el mensaje de que pueden suponer una amenaza para el orden público existente (Cvetkovic y Pantic, 2018).

Las mujeres también son dibujadas como víctimas de la prostitución y la trata (Dumont, 2018; Ruiz, 2016). Dumont nos habla de un discurso “agresivo” común en la mayoría de los países occidentales, incluida España, que relaciona de forma sistemática a las mujeres refugiadas sirias con la prostitución, la trata, las redes de explotación sexual y la venta de menores (2018, p. 409). La representación dominante margina las voces de mujeres refugiadas (Alhayek, 2014); las mujeres y los niños son utilizados para evocar “simpatía” entre el público; se muestran como víctimas y se convierten en un buen material para reportajes sensacionalistas (Ndongozi, 2007). Por otro lado, la mujer refugiada es eximida del discurso de seguridad, ya que, en el imaginario de *terrorista* encontramos al hombre; a las mujeres se las categoriza como dependientes y que precisan de protección (Johnson, 2018): son un sujeto inofensivo, vulnerable y sumiso (Amores *et al.*, 2020).

Teniendo en cuenta que el marco dominante de la mujer refugiada está tan estereotipado y que apenas tienen voz en los espacios televisivos, no resulta extraño prever que el espectador occidental olvide lo más importante. La representación dominante de las mujeres refugiadas sirias no muestra las cuestiones políticas y económicas y las desigualdades estructurales que repercuten en la forma en la que las mujeres sirias viven el proceso de convertirse en refugiadas (Alhayek, 2015).

Los refugiados en los informativos televisivos

Como hemos mencionado anteriormente, son numerosos los investigadores que han centrado sus trabajos en el tratamiento que los medios de comunicación hacen sobre el fenómeno migratorio (Bañón, 2007; Lorite, 2007, 2008; Sendín *et al.*, 2008; Solves y Arcos, 2021; van Dijk, 1991, entre otros). Sobre las personas refugiadas en concreto, han surgido varias investigaciones sobre el marco dominante en la prensa (Al-Hejin, 2015; Bañón, 2021; Gottlob y Boomgaarden,

2019; López del Ramo y Humanes, 2016; Mhanna, 2019 y 2020), el poder de la fotografía (Amores *et al.*, 2020; Azevedo *et al.*, 2021; Giannakopoulos, 2016; Lenette y Cleland, 2016; Martín y Ther, 2020; Parker *et al.*, 2018; Tsakiris, 2021; Yalouri, 2019) o el discurso en redes sociales (Fuentes, 2021; Rebollo, 2021; Sánchez, 2020).

Los estudios sobre el tratamiento de los refugiados en informativos televisivos son menores, pero de gran importancia. Uno de los primeros trabajos es el de Fair y Parks (2001), que analizaron cómo los principales medios de comunicación estadounidenses (American Broadcasting Company-ABC, Columbia Broadcasting System-CBS, Cable News Network-CNN y National Broadcasting Company-NBC), cubrieron los movimientos de los refugiados ruandeses. Los investigadores dedujeron que las imágenes utilizadas (planos cercanos y planos generales) invitaban al espectador a ser testigo, pero no se ocupaban de la historia. Se despojó a los refugiados de su lugar, identidad, historia y cultura, creando así un relato humanitario que reforzaba las nociones de benevolencia occidental y necesidad africana (2001, p. 52). Brandle y Reilly (2019), que analizaron durante un periodo de tiempo de diez años (2006-2015) los telediarios nocturnos de EE. UU. para averiguar cuál era la cobertura mediática sobre los refugiados, concluyeron que las noticias eran escasas, superficiales y con un número considerable de imágenes dramáticas. Las autoras advierten que las noticias sobre refugiados sirios parecen presentarse de una manera algo más sensible, pero son cautas.

Mistiaen (2019) ofreció una comparativa entre los telediarios nocturnos belgas de las cadenas La Une (pública) y RTL-T VI (comercial). La Une mostraba telediarios más largos, aunque las noticias sobre inmigración y refugio eran menos numerosas. Sin embargo, la cadena trataba la realidad migratoria desde un ámbito más amplio ofreciendo una mayor variedad de información. La cadena RTL-TVI nunca ofreció en sus informativos información positiva del tipo económico o el enriquecimiento cultural relacionada con los refugiados.

Apuke y Tunca (2020) examinaron la cobertura informativa televisiva de los desplazados internos en Nigeria. Estudiaron los canales de difusión Channels TV y Nigeria Television Authority (NTA), desde octubre de 2018 hasta octubre de 2019. Se concluyó que existía una gran diferencia entre las noticias de la cadena privada y la pública. El medio privado ofreció un número mayor de noticias sobre desplazados internos, siendo mayor el número de noticias en titulares y cabeceras. En cuanto a los marcos visuales, esta cadena ofreció imágenes que demostraban el sufrimiento de los desplazados y su necesidad de ayuda. Por otro lado, el tono utilizado en los mensajes del medio gubernamental

(NTA) era mucho más positivo, con imágenes fijas o de archivo, y utilizando como principales fuentes de información las gubernamentales.

Por su parte, Alexa Robertson y Nadja Schaetz (2021) comparaban la cobertura de las cuestiones migratorias en 2019 en cuatro canales de noticias de la televisión mundial: Al Jazeera English (AJE), British Broadcasting Corporation (BBC World), CNN International y Russia Today (RT). Extrajeran ideas bastante interesantes, como que la cadena RT basaba sus reportajes en declaraciones de “expertos” que ofrecían su opinión, y no se centraban en las historias y situaciones de los refugiados. La BBCW, por ejemplo, destacaba, en la mayoría de los casos, las tensiones entre los países receptores y los solicitantes de asilo. En el caso de la CNNI, si se optaba por implicar más al espectador, aunque las personas desplazadas contasen sus historias a través de los reporteros. Por último, The AJE mostraba reportajes más variados, algunos desde la distancia y otros más sentimentales.

Laura San Felipe presentó en 2017 su tesis doctoral titulada *La cobertura televisiva de la crisis de los refugiados. Encuadres y prácticas periodísticas en los informativos españoles*. En ella, analiza la cobertura mediática que ofrecían los telediarios de Televisión Española, Antena 3, Telecinco y La Sexta. Entre sus conclusiones demostró que la cobertura informativa ofrecida sobre las personas refugiadas, en general, mantenía una tendencia sensacionalista y que el número de noticias negativas era mucho mayor. San Felipe esperaba demostrar que la relevancia otorgada a las noticias relacionadas con las personas refugiadas durante la denominada “crisis de los refugiados” debía ser notable; no obstante, apenas un 3.6% de las emisiones abrieron los informativos y un 22.6% aparecieron en titulares. Por último, con relación a las buenas y malas prácticas periodísticas, no se llegó a una conclusión, puesto que, aunque se respetaban variables como un buen uso del lenguaje, la utilización de diversas voces, o de diferentes fuentes, no se hacía de una manera incisiva.

Metodología

Para la presente investigación se han analizado los informativos audiovisuales de Televisión Española (TVE), de carácter estatal, y de Telecinco, uno de los canales privados españoles, en los que se emitieron informaciones relativas a refugiadas procedentes de cualquier país. El corpus de análisis está compuesto por todos los telediarios emitidos por TVE y Telecinco desde el 1 de enero de 2015 hasta el 30 de junio de 2017, en la tercera edición de su informativo. No se han considerado aquellas informaciones sobre refugiados en las que solo aparecían menores y hombres adultos. Solo se han codificado aquellos vídeos en cuyas grabaciones se

mostraban mujeres refugiadas. De esta forma, es posible discriminar cuantitativamente el tratamiento informativo de este problema social orientado a las mujeres.

Se ha diseñado un proceso para evaluar las noticias en su conjunto, a través de una escala tipo *Likert* de 5 niveles, siendo (1) el valor más negativo y (5) el más positivo. Para dicha evaluación, se han tenido en cuenta los siguientes aspectos: relación de la noticia con sucesos delictivos o violentos; el relato de enfrentamientos entre refugiados y la población receptora; sucesos relacionados con la trata de personas o el maltrato por parte de mafias; la adaptación de los refugiados a su nueva realidad; actos solidarios por parte de distintas instituciones o personas anónimas; etc., y cómo estos son presentados por el medio de comunicación al público receptor.

Para el análisis, se han obtenido datos de la fecha de emisión del informativo, así como de la tipología empresarial del centro de producción de programas (público o privado) que ha emitido la noticia. Estos análisis se han llevado a cabo tomando como referencia en televisión ($M=1.39$; $DT=.493$), TVE (cadena pública) ($N=177$; 65.6%) y Telecinco (cadena privada) ($N=93$; 34.4%), ya que representan los mayores índices de audiencia en ese periodo. Del total de noticias analizadas ($N=270$), solo ($N=56$) muestran uno o varios tipos de intervención por parte de las mujeres refugiadas que aparecen en la noticia, ya sea informando de su nombre o de su procedencia. De esta manera, se ha cuantificado el número de veces que aparecen las mujeres en las noticias y realizan declaraciones, es decir, el número de voces ($M=1$; $DT=.1.19$), así como las veces que aparece información sobre sus nombres ($M=.59$; $DT=.565$) o su país de procedencia ($M=.57$; $DT=.499$) y, finalmente, aquellas piezas audiovisuales que no ofrecen ningún dato sobre las mujeres que se muestran en la noticia ($M=.34$; $DT=.514$). Para el análisis estadístico se ha empleado SPSS v.26 IBM.

Resultados

Los primeros resultados indican que TVE ha ofrecido el doble de información relativa a refugiados frente a Telecinco: $N=177$; 65.6% y $N=93$; 34.4%, respectivamente. La evaluación de las noticias apunta a una alta consideración positiva del tratamiento noticioso ($M=4.24$; $DT=.670$). Respecto a la duración de las piezas informativas televisivas, la media se sitúa aproximadamente en 1 minuto ($M=65.45$; $DT=38.79$).

Las distintas denominaciones para informar del fenómeno migratorio, es decir, la terminología empleada en el *off* de la noticia se presenta en la tabla 1.

Es importante reseñar que más de un tercio de las noticias no emplean ningún término para denominar el movimiento humano forzoso entre países (N=98; 36.3%). Una primera impresión, apunta a que los responsables editores parecen asegurar la temática de la noticia basándose únicamente en la persuasión de las imágenes editadas. El término más empleado es el de *Crisis de los refugiados* (N=71; 26.3%), seguido de *Crisis siria* (N=52; 19.3%).

	TVE	Telecinco	Total	<i>p</i>
No menciona	64 (23.7)	34 (12.6)	98 (36.3)	.948
Crisis de los refugiados	47 (17.4)	24 (8.9)	71 (26.3)	.895
Crisis siria	28 (10.4)	24 (8.9)	52 (19.3)	.048
Crisis migratoria	27 (10)	6 (2.2)	33 (12.2)	.036
Otros	8 (3)	5 (1.9)	13 (4.8)	.755
Crisis de Irak	6 (2.2)	3 (1.1)	9 (3.3)	.943
Drama de los refugiados	0	5 (1.9)	5 (1.9)	.002
Crisis humanitaria	4 (1.5)	1 (0.4)	5 (1.9)	.493
Drama de los inmigrantes	0	4 (1.5)	4 (1.5)	.005
<i>Boko Haram</i>	2 (0.7)	2 (0.7)	4 (1.5)	.509
Drama/tragedia humanitaria	0	2 (0.7)	2 (0.7)	.050
Drama/tragedia del Mediterráneo	2 (0.7)	0	2 (0.7)	.304
Guerra del Yemen	1 (0.4)	0	1 (0.4)	.468
N (%)				

Tabla 1. Denominación del fenómeno migratorio (elaboración propia).

Respecto a la denominación de los protagonistas de las noticias, en la tabla 2 se enumeran las distintas designaciones que las televisiones han empleado. En primer lugar, la denominación más usual es la de *refugiado* (N=250; 92.6%) a mucha distancia de la segunda, *inmigrantes* (N=43; 15.9%).

	TVE	Telecinco	Total	<i>p</i>
Refugiados	161 (59.6)	89 (33)	250 (92.6)	.158
Inmigrantes	33 (12.2)	10 (3.7)	43 (15.9)	.092
Desplazado/ desplazados forzosos	12 (4.4)	6 (2.2)	18 (6.7)	.918
Migrantes	14 (5.2)	3 (1.1)	17 (6.3)	.132
Demandante de asilo	2 (0.7)	2 (0.7)	4 (1.5)	.509
Peticionarios de asilo	4 (1.5)	0	4 (1.5)	.144
Solicitantes de asilo	2 (0.7)	2 (0.7)	4 (1.5)	.509
Exiliados	0	1 (0.4)	1 (0.4)	.167
Asilados	0	1 (0.4)	1 (0.4)	.167
N (%)				

Tabla 2. Denominación de los protagonistas (elaboración propia).

El posible mal uso del lenguaje para denominar el fenómeno migratorio está cuantificado en la tabla 3. Resulta reseñable que estas menciones erróneas aparecen en muy pocas ocasiones, solo en (N=19). La *Llegada/entrada o flujo masivo* es el más empleado (N= 9; 3.3%).

	TVE	Telecinco	Total	p
Llegada/entrada/flujo masivo	6 (2.2)	3 (1.1)	9 (3.3)	.943
Avalancha	2 (0.7)	6 (2.2)	8 (3)	.014
Oleada	0	1 (0.4)	1 (0.4)	.167
Ola	0	1 (0.4)	1 (0.4)	.167
N (%)				

Tabla 3. Mal uso del lenguaje (elaboración propia).

Respecto a los datos aportados sobre las mujeres refugiadas que prestan declaración ante las cámaras, tras el tratamiento estadístico de las 56 noticias televisivas en las que aparece algún tipo de intervención de mujeres refugiadas, se desprende que el número total de intervenciones con datos de nombre o procedencia es de (N=63): (N=39; 61.9%) en TVE y (N=24; 38%) en Telecinco. Es necesario indicar que se analizaron piezas informativas en las que había más de una intervención por parte de las mujeres refugiadas y, posiblemente más de un dato referente a su nombre o procedencia.

En primer lugar, respecto a los datos sobre los nombres propios que ofrecen las mujeres refugiadas (N=33), TVE presenta el doble de información que Telecinco, (N=22; 66.6%) y (N=11; 33.3%), respectivamente. Los datos cuantitativos sobre la procedencia de estas refugiadas son muy similares a los datos del nombre. Para correlacionar los datos teniendo en cuenta la línea editorial del centro emisor de televisión, se han cruzado los datos anteriores con los vídeos de TVE y Telecinco (ver tabla 4).

	Nº voces	Datos nombre	Datos procedencia
TVE	39 (61.9)	22 (66.6)	22 (68.7)
Telecinco	24 (38)	11 (33.3)	10 (31.2)
Total	63	33	32

Tabla 4. Datos por televisión (elaboración propia).

Según se desprende del gráfico 1, TVE ha mostrado durante los años 2015, 2016 y 2017 un mayor número de declaraciones de mujeres refugiadas. Sin embargo, a partir de 2016, en ambas cadenas de televisión se consolida una disminución de estas noticias, desde 27 noticias en 2015 hasta 8 en 2017.

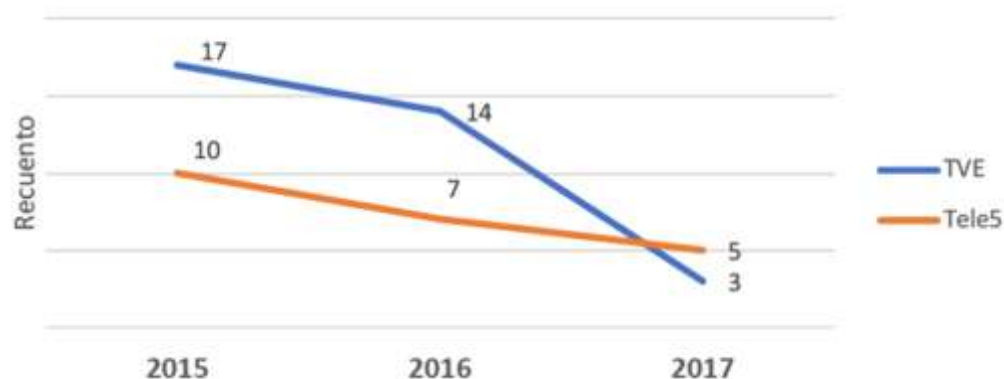


Gráfico 1. Recuento anual de noticias (elaboración propia).

En la segunda parte del análisis de las noticias televisivas emitidas, se han obtenido *frames* o imágenes fijas de los vídeos tratados con la intención de descubrir el modelo compositivo empleado en estas noticias y los elementos que las componen. Para ello, se han capturado imágenes fijas del vídeo editado y emitido con el minutaje mayor, es decir, el modo de representación de la mujer dominante en el vídeo. Tras el análisis de las imágenes, se ha descubierto que, de modo general, es posible establecer tres patrones de composición o representación:

1. Las mujeres refugiadas que aportan declaraciones aparecen solas en plano televisivo en la mayor parte de las ocasiones (N=43) (imagen 1) y junto a sus hijos (N=17), maridos (N=3), agentes de ONG (N=1) y policías (N=1). El peso compositivo recae en la mujer, quedando las niñas y niños como figuras auxiliares de acompañamiento. Los menores no participan en la entrevista y su acción se reduce únicamente a la observación.



Imagen 1. Fuente: TVE

2. Las mujeres refugiadas entrevistadas, muestran su rostro ante las cámaras (N=57), menos en 6 casos (imagen 2). Tanto si es visible el rostro de la mujer como si no, la dirección de mirada se dirige al entrevistador y no a cámara. Esto provoca una despersonalización de la entrevista no haciendo partícipe directo al espectador en sus declaraciones.



Imagen 2. Fuente: TVE

3. Respecto a la composición visual, predomina el uso del plano medio corto. En esta captación, intencionada o no, la escalaridad de plano facilita la presentación de la vestimenta, dotando a su indumentaria de un peso visual considerable. La mujer refugiada, progenitora o no, es la única de las personas que participan en las noticias que visten con sus atavíos tradicionales, *Chador*, *Hiyab*, *Shayla*, *Dupatta* o *Al Amira* (imagen 3).



Imagen 3. Fuente: Telecinco

Discusión

En primer lugar, cabe destacar la escasa presencia de declaraciones de mujeres refugiadas en los telediarios analizados. De un total de 1310 piezas, solo en 63 ocasiones aparecían mujeres refugiadas ofreciendo algún tipo de declaración, es decir, únicamente en un 4.8%, dato que casa a la perfección con la idea de invisibilidad mediática que sufren las mujeres refugiadas, rostros sin voz que se limitan a ser víctimas, y no protagonistas, de los hechos relatados (Alhayek, 2015; Castillo, 2013; WACC Europe y CCME, 2017). Otro apunte revelador es que la televisión pública española (TVE) ha ofrecido el doble de información relativa a mujeres refugiadas que en el caso de Telecinco. El caso español es contrario, por ejemplo, al de las televisiones belga (Mistiaen, 2019) y nigeriana

(Apuke y Tunca, 2020), en los que las cadenas privadas ofrecieron un mayor número de noticias. En cuanto a la evaluación de las noticias, los resultados del presente análisis apuntan a una alta consideración positiva. Esto puede ser debido a que las mujeres se dibujan como víctimas del conflicto (Amores *et al.*, 2020), de la trata de personas o la prostitución (Ruiz, 2016), o de una cultura “opresora y retrógrada” (Dumont, 2018; Triandafyllidou, 2017). Por tanto, la mayor parte de las veces, las noticias que tratan sobre mujeres refugiadas nos hablan de personas dependientes y que precisan de protección (Johnson, 2018), “utilizadas” para despertar cierta “simpatía” entre el público (Ndongozi, 2017).

En lo relativo al lenguaje utilizado en las noticias en las que aparecen mujeres refugiadas, la terminología más frecuente para informar sobre el fenómeno migratorio es *crisis de los refugiados*, con un 17.4% en TVE y un 8.9% en Telecinco, seguida de *crisis siria*, con un 10.4% en TVE y un 8.9% en Telecinco, y de *crisis migratoria*, utilizada en TVE un 10%, mientras que tan solo en un 2.2% en el caso de Telecinco. La palabra más utilizada para hablar de personas refugiadas es *refugiados*, en un 59.6% en TVE y un 33% en Telecinco, seguida de *inmigrantes*, con un 12.2% en TVE y un 3.7% en Telecinco. El resto de los términos utilizados y su frecuencia varía en función de la cadena, siendo *migrantes* el tercer vocablo más usado en TVE (5.2%) y *desplazado/desplazados forzosos*, en Telecinco (2.2%). Por otro lado, sobre el posible mal uso del lenguaje para referirse a personas refugiadas, se concluye que, en general, las alusiones desacertadas son escasas (N=19). La *llegada/entrada o flujo masivo* es la expresión más recurrente en total (3.3%), aunque no es la más aplicada por Telecinco (1.1%), siendo *avalancha* la más empleada por esta cadena (2.2%). En estudios anteriores (Zarauza, 2021), se ofrecieron alternativas con el fin de mejorar la forma de comunicar sobre personas refugiadas mediante el uso de palabras que sustituyan términos inadecuados. El empleo de un léxico conveniente ayuda a suplir vocablos simplistas y estereotipados (Lario, 2006; RTVE, 2010).

Acerca de los datos ofrecidos por los profesionales de la información sobre las mujeres refugiadas que prestaron declaración, TVE identificó con nombre al 66.6% de las entrevistadas frente a un 33.3% en el caso de Telecinco. Asimismo, se presentaron datos sobre su procedencia en un 68.7% y en un 31.2%, respectivamente. En este sentido, es muy difícil determinar cuándo deben ser debidamente identificadas las voces y cuándo no, debido al carácter especialmente delicado de su situación personal (European Federation of Journalists, 2017; International Organization for Migration Migrants, 2017).

Con relación al recuento anual de noticias, las cifras son verdaderamente significativas. De las 56 piezas informativas en las que se obtuvieron alguna declaración de mujeres refugiadas, 27 fueron en 2015, 21 en 2016 y 8 en 2017. Esta tendencia es inversamente proporcional al número de personas refugiadas anuales; en 2015, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados cuantificaba 21.3 millones personas refugiadas en todo el mundo (ACNUR, 2016), y en 2017, 25.4 millones (ACNUR, 2018). Por tanto, aunque el número de refugiados aumentaba año a año, la cobertura mediática de los medios de comunicación disminuía, y como consecuencia, y, de acuerdo con la teoría del *framing* y la *agenda setting*, atenuaba el interés del público hacia la temática (McCombs, 1996).

Diferentes investigaciones muestran la inclinación de los medios de comunicación a encuadrar la información sobre refugiados en términos de seguridad y amenaza, sustituyendo estos a los encuadres sobre la economía (Sciortino y Colombo, 2004; Caviedes, 2015; Benson, 2014; Kovář, 2020). Sin embargo, esta forma de seleccionar la información está condicionada frecuentemente por ataques terroristas en territorio europeo y por la imagen que, desde movimientos de extrema derecha, se está construyendo. También la crisis económica interna de los países miembros puede polarizar el sentimiento de aceptación hacia las personas refugiadas. Por lo tanto, la forma de representación y el papel que otorgan los medios a las personas refugiadas, es decir, los marcos dominantes, se están reformulando constantemente.

El presente estudio tiene varias limitaciones que es importante señalar. En primer lugar, únicamente se han analizado informativos de TVE y Telecinco, lo que impide la generalización de los resultados al resto de cadenas públicas y privadas españolas. En segundo lugar, este fenómeno migratorio no tiene una fecha concreta de inicio y fin, por lo que muchas declaraciones podrían quedar fuera del rango de fechas estudiado. Por último, será necesario ampliar el objeto de estudio en futuras investigaciones sobre el flujo comunicativo de naturaleza transmedia que pueda, a través de las redes sociales, ofrecer nuevas narrativas capaces de definir la construcción audiovisual de las personas refugiadas.

Notas

¹ Este trabajo forma parte del proyecto de investigación El discurso público sobre los refugiados en España (DIPURE). Ref. FFI 2017-89147-R, Ministerio de Economía, Industria y Competitividad. Fondos FEDER.

Referencias

- Abu-Lughod, L. (2002).** Do Muslim Women Really Need Saving? Anthropological Reflections on Cultural Relativism and Its Others. *American Anthropologist*, 104(3), 783-790.
- Adichie, C. N. (2009).** *El peligro de la historia única* [Vídeo]. Disponible en: TED Talks. https://www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_the_danger_of_a_single_story/transcript?language=es. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Alcalde, J. (2016).** Por qué la crisis de refugiados no es una crisis de refugiados. *Peace in Progress*, 29. Disponible en https://www.academia.edu/30177046/Por_qu%C3%A9_la_crisis_de_refugiados_no_es_una_crisis_de_refugiados. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Alhayek, K. (2014).** Double Marginalization: The Invisibility of Syrian Refugee Women's Perspectives in Mainstream Online Activism and Global Media. *Feminist Media Studies*, 14(4), 696-700.
- Alhayek, K. (2015).** Untold Stories of Syrian Women Surviving War. *Syria Studies*, 7(1), 1-30.
- Al-Hejin, B. (2015).** Covering Muslim Women: Semantic Macrostructures in BBC News. *Discourse & Communication*, 9(1), 19-46.
- ACNUR (2016).** *Tendencias globales. Desplazamiento forzado en 2015*. Ginebra: Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. Disponible en: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/Publicaciones/2016/10627.pdf>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- ACNUR (2018).** *Tendencias globales. Desplazamiento forzado en 2017*. Ginebra: Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. Disponible en: <https://www.acnur.org/5b2956a04.pdf>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Amores, J. J., Arcila-Calderón, C. y González de Garay, B. (2020).** The Gendered Representation of Refugees Using Visual Frames in the Main Western European Media. *Gender Issues*, 37(4), 291-314.
- Apuke, O. y Tunca, E. (2020).** Taking Us to the Vulnerability Scene: Television News Coverage and Framing of Internally Displaced Persons in Nigeria. *Journal of Refugee Studies*. DOI: <https://doi.org/10.1093/jrs/feaa075>.
- Azevedo, R. T., de Beukelaer, S., Jones, I. L., Safra, L. y Tsakiris, M. (2021).** When the Lens is Too Wide: The Political Consequences of the Visual

- Dehumanization of Refugees. *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1). DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-021-00786-x>.
- Bañón Hernández, A. M. (2007).** Los medios como mediadores interculturales. A modo de presentación. En A. M. Bañón Hernández (ed.), *Discurso periodístico y procesos migratorios* (pp. 7-26). San Sebastián: Tercera Prensa.
- Bañón Hernández, A. M. y Solves Almela, J. (eds.) (2021).** *Discurso lingüístico y migraciones*. Madrid: Arco Libros.
- Baumgartner, F. R. y Jones, B. D. (1994).** *Agendas and Instability in American Politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Benson, R. (2014).** *Shaping Immigration News: A French-American Comparison*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brandle, S. M. y Reilly, J. E. (2019).** Seldom, Superficial, and Soon Gone: Television News Coverage of Refugees in the United States, 2006-2015. *Refugee Survey Quarterly*, 38(2), 159-194. DOI: <https://doi.org/10.1093/rsq/hdz004>.
- Bundy, C. (2016).** Migrantes, refugiados, historia y precedentes. *Revista Migraciones Forzadas*, 51, 5-6.
- Castillo, N. G. (2013).** *Mujeres refugiadas y medios*. Madrid: Fragua.
- Cvetkovic, I. y Pantic, M. (2019).** Multimodal Discursivity: Framing European Union Borders in Live-Blogs. *Journal of Communication Inquiry* 42(4), 318-339.
- Caviedes A (2015).** An Emerging ‘European’ News Portrayal of Immigration? *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 41(6), 897-917.
- D’Angelo, P. (2002).** News Framing as a Multiparadigmatic Research Program: A Response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870-888.
- De Vreese, C. H. (2003).** *Framing Europe: Television News and European Integration*. Amsterdam: Aksant.
- Dumont Copero, M. (2018).** Cuando lo subalterno no habla, sino que es simbólicamente representado: el ejemplo de la mujer refugiada siria. *Revista Jurídica Universidad Autónoma de Madrid*, 37, 391-413.
- Entman, R. (1993).** Framing Toward Clarification of a Fractures Paradigm. *Journal of Communication*, 4 (43), 51-58.
- Entman, R. (2005).** *Young Men of Color in the Media: Images and Impacts*. Whashington: Joint Center for Political and Economic Studies.
- Esses, V. M., Medianu, S. y Lawson, A. S. (2013).** Uncertainty, Threat, and the Role of the Media in Promoting the Dehumanization of Immigrants and Refugees. *Journal of Social Issues*, 69(3), 518-536.

- European Federation of Journalists. (2017).** *Ethical Journalism Practices on Migrants and Refugees.* Disponible en: http://europeanjournalists.org/mediaagainsthate/wpcontent/uploads/2018/08/EFJ_module1_def1.pdf. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Fair, J. E. y Parks, L. (2001).** Africa on Camera: Television News Coverage and Aerial Imaging of Rwandan Refugees. *Africa Today*, 48(2), 34-57.
- Fassin, D. (2015).** La economía moral del asilo. Reflexiones críticas sobre la “crisis de los refugiados” de 2015 en Europa. *Disparidades. Revista de Antropología*, 70(2), 277-290.
- Fuentes, Rodríguez, C. (2021).** Refugiados e inmigrantes en redes sociales. La argumentación mediatizada. En A. M. Bañón Hernández y J. Solves Almela (eds.), *Discurso lingüístico y migraciones* (pp. 57-94). Madrid: Arco Libros.
- García Negroni, M. M., Libenson, M. y Montero, A. S. (2013).** De la intención del sujeto hablante a la representación polifónica de la enunciación. Acerca de los límites de la noción de intención en la descripción del sentido. *Revista de Investigación Lingüística*, 16, 237-262.
- Giannakopoulos, G. (2016).** Depicting the Pain of Others: Photographic Representation of Refugees in the Aegean Shores. *Journal of Greek Media & Culture*, 2(1), 103-113.
- Gottlob, A. y Boomgaarden, H. (2019).** The 2015 Refugee Crisis, Uncertainty and the Media: Representations of Refugees, Asylum Seekers and Immigrants in Austrian and French Media. *Communications*, 45(1), 841-863.
- Hemmelmann, P. y Wegner, S. (2017).** Refugees in the Media discourse. Patterns of coverage in German Media. *TelevIZion*, 4, 4-7.
- Igartua, J. J., Muñiz, C. y Otero, J. (2006).** El tratamiento informativo de la inmigración en la prensa y la televisión española. Una aproximación empírica desde la Teoría del Framing. *Global Media Journal en español*, 3(5), 1-15.
- International Organization for Migration. (2017).** *Media Coverage on Migration: Promoting a Balanced Reporting.* Disponible en: https://publications.iom.int/system/files/pdf/media_coverage_on_migration.pdf. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Johnson, H. (2018).** Refugees. En R. Bleiker (ed.), *Visual global politics* (pp. 244-250). Routledge: New York.

- Kirkwood, S., Goodman, S., McVittie, C. y McKinlay, A. (2016).** *The Language of Asylum: Refugees and Discourse (English Edition)* (1st ed. 2016 ed.). London: Palgrave Macmillan.
- Kovář, J. (2020).** A security Threat or an Economic Consequence? An Analysis of the News Framing of the European Union's Refugee Crisis. *International Communication Gazette*, 82(6), 564-587. DOI: <https://doi.org/10.1177/1748048519832778>.
- Lario, M. (coord.) (2006).** *Medios de comunicación e inmigración*. Murcia: Caja de Ahorros del Mediterráneo.
- Lenette C. y Cleland S. (2016).** Changing Faces: Visual Representations of Asylum Seekers Intimes of Crisis. *Creative Approaches Res* 9(1), 68-83.
- López del Ramo, J. y Humanes, M. L. (2016).** Análisis de contenido de la representación fotográfica de la crisis de los refugiados sirios y su incidencia en el framing visual. *Scire*, 22(2), 87-97.
- Lorite, N. (2007).** Metodologías de uso de los medios y lenguajes audiovisuales para el conocimiento de las realidades migratorias. En A. M. Bañón Hernández (ed.), *Discurso periodístico y procesos migratorios* (pp. 117-137). San Sebastián: Tercera Prensa.
- Lorite, N. (2008).** Discurso, inmigración y medios audiovisuales. En A. M. Bañón Hernández y J. Fornieles Alcaraz (eds.), *Manual sobre comunicación e inmigración* (pp. 181-194). San Sebastián: Gakoa.
- Martín Cano, R. y Ther, F. (2020).** El tratamiento del refugiado en la prensa española a través de la imagen fotográfica. Un análisis cuantitativo. *Tonos Digital*, 38. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2384/1104>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- McCombs, M. y Shaw, D. (1972).** The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McCombs, M. (1996).** Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp.13-34). Barcelona: Paidós.
- Mcluhan, M. y Lapham, L. H. (1994).** *Understanding Media: The Extensions of Man: 8vo.* (Reprint ed.). Cambridge: The MIT Press.
- Mhanna, E. (2019).** La intifada de 2015 en la prensa española. Un análisis cuantitativo de las citas en *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*. En J. C. Jasso (ed.), *Discurso y espacios contemporáneos para la discusión de las Humanidades* (pp. 23-40). Madrid: Global Knowledge Academics.

- Mhanna, E. (2020).** El uso de las citas en el discurso público sobre refugiados. *Tonos Digital*, 38. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2385/1105>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Mistiaen, V. (2019).** Depiction of Immigration in Television News: Public and Commercial Broadcasters — a Comparison. En L. Haenens *et al.* (eds.), *Images of Immigrants and Refugees in Western Europe Media Representations, Public Opinion, and Refugees' Experiences* (pp. 39-56). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Muñiz, Muriel, C., Igartua, Perosanz, J. J., Otero, Parra, J. A. y Sánchez Hernández, C. (2008).** El tratamiento informativo de la inmigración en los medios españoles, un estudio comparativo de la prensa y televisión. *Perspectivas de la Comunicación*, 1 (1), 97-112.
- Ndongezi, A. C. (2007).** Ambiguous Voices: Western Media and Refugees. En O. G. Bailey *et al.* (eds.), *Transnational Lives and the Media* (pp. 268-273). London: Palgrave Macmillan.
- Ní Laoire, C., Carpena-Méndez, F., Tyrrell, N. y White, A. (2010).** 'Introduction: Childhood and Migration-Mobilities, Homes and Belongings'. *Childhood*, 17(2), 155-62.
- Parker, S., Naper, A. y Goodman, S. (2018).** How a Photograph of a Drowned Refugee Child Turned a Migrant Crisis into a Refugee Crisis: A Comparative Discourse Analysis. *For(e)dialogue*, 2(1), 12-28.
- Rebollo, Díaz, C. (2021).** *Tuiteando sobre refugiados: una comparación internacional de discursos, imaginarios y representaciones sociales* (tesis doctoral). Huelva: Universidad de Huelva. Disponible en: <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/20113?show=full>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Robertson, A. y Schaetz, N. (2021).** Moving People: Proper Distance and Global News Coverage of Migration in 2019. *Global Media and Communication*, 17(3), 321-343.
- Radio Televisión Española. (2010).** Manual de estilo de la corporación RTVE. Disponible en: <http://manualdeestilo.rtve.es/>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- RTVE. (2021).** La guerra de Siria ha provocado medio millón de muertos. RTVE.es., 15 de marzo. Disponible en: <https://www.rtve.es/noticias/20210314/guerra-siria-10-anos-medio-millon-muertos-12-millones-desplazados/2080541.shtml>. Acceso el 28 de enero de 2022.

- Ruiz Giménez, I. (2016).** Derechos humanos: género e inmigración. En *Actas del XXXVI Congreso de Teología*. Madrid: Centro Evangelio y Liberación.
- San Felipe, Frías, L. (2017).** *La cobertura televisiva de la crisis de los refugiados. Encuadres y prácticas periodísticas en los informativos españoles* (tesis doctoral). Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Sánchez Ortega, J. J. (2020).** Notas sobre el sentimiento del refugiado en las redes sociales. *Tonos Digital*, 38. Disponible en: <http://www.tonosdigital.es/ojs/index.php/tonos/article/view/2387/1107>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Sciortino, G. y Colombo, A. (2004).** The Flows and the Flood. *Journal of Modern Italian Studies*, 9(1), 94-113.
- Seiter, E. (2006).** Stereotypes and the Media: A Re-Evaluation. *Journal of Communication*, 36(2), 14-26.
- Sendín, Guitiérrez, J. C. Izquierdo e Iranzo, P. (2008).** *Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: Tratamiento mediático de la Inmigración*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración.
- Solves Almela, J. y Arcos Urrutia, J. M. (2021).** ¿Ha cambiado la cobertura periodística de las migraciones en España? Una visión de los periodistas especializados. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(1), 257-268.
- Tankard, J. W. (2001).** The Empirical Approach to the Study of Media Framing. En S. D. Reese et al. (eds.), *Framing public life. Perspectives on media and our understanding of the social World* (pp. 111-121). London: Routledge.
- Tewksbury, D. y Scheufele, D. (2009).** News Framing Theory and Research. En J. Bryant y M. B. Oliver (eds.), *Media Effects* (pp. 17-33). New York/London: Routledge.
- UNHCR. (2016).** *Global trends forced displacement in 2015*. Geneva: United Nations High Commissioner for Refugees. Disponible en: <https://www.unhcr.org/statistics/unhcrstats/576408cd7/unhcr-global-trends-2015.html>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- The World Association for Christian Communication - Europe Region & Churches' Commission for Migrants in Europe (2017).** Changing the narrative: media representation of refugees and migrants in europe. WACC Europe and CCME, noviembre. Disponible en: https://www.refugeesreporting.eu/wp-content/uploads/2017/10/Changing_the_Narrative_Media_Representation_of_Refugees_and_Migrants_in_Europe.pdf. Acceso el 28 de enero de 2022.

- Thomson, E. A. y White, P. R. R. (eds.). (2008).** *Communicating Conflict. Multilingual Case Studies of the News Media*. London/New York: Continuum.
- Triandafyllidou, A. (2017).** Media Coverage on Migration: Promoting a Balanced Reporting. En M. McAuliffe y M. Klein Solomon (coord.), *Ideas to Inform International Cooperation on Safe, Orderly and Regular Migration* (pp. 1-7). Geneva: International Organization for Migration (IOM).
- Tsakiris, M. (2021).** *Refugees in the Media: How the Most Commonly Used Images Make Viewers Dehumanise Them*. The Conversation. Disponible en: <https://theconversation.com/refugees-in-the-media-how-the-most-commonly-used-images-make-viewers-dehumanise-them-171865>. Acceso el 28 de enero de 2022.
- Tuchman, G. (1978).** *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Van Dijk, T. A. (1991).** *Racism and the press*. London/New York: Routledge.
- Van Dijk, T. A. (2021).** El discurso español sobre las personas refugiadas. En A. M. Bañón Hernández y J. Solves Almeda (eds.). *Discurso lingüístico y migraciones*. Madrid: Arco Libros.
- Yalouri, E. (2019).** ‘Difficult’ representations. Visual art engaging with the refugee crisis. *Visual Studies*, 34(3), 223-238.
- Zarauza-Valero, T. (2021).** La representación de los refugiados en TVE. En A. M. Bañón Hernández y J. Solves Almeda (eds.). *Discurso lingüístico y migraciones*. Madrid: Arco Libros.

Nota biográfica

	Teresa Zarauza Valero. Doctoranda de la Universidad de Almería y miembro del centro de investigación Comunicación y Sociedad (CySOC) y del grupo de investigación Estudios Críticos sobre la Comunicación (ECCO), de la misma universidad. Sus principales líneas de investigación se centran en el estudio del tratamiento audiovisual que ofrecen los informativos televisivos españoles a los refugiados. Entre sus publicaciones destacan: “La identidad en el discurso público sobre refugiados” (2020), “El desplazamiento de los refugiados ante las cámaras de los informativos de TVE” (2020), y “La representación de los refugiados en TVE” (2021)
	Sebastián Sánchez Castillo. Profesor Titular del Departamento de Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación en la Universitat València. Doctor en Comunicación Audiovisual, licenciado en Comunicación Audiovisual y en Historia del Arte. Ha realizado estancias de investigación en diversas universidades extranjeras y españolas: Chile, Argentina, Reino Unido, Italia, etc. Autor de más de 50 artículos de investigación en revistas de referencia JCR y Scopus, así como 40 capítulos de libro en los primeros puestos del SPI. Evaluador de proyectos de investigación del Ministerio de Ciencia en Innovación. Sus investigaciones se centran en el conocimiento y efectos de los medios, <i>agenda-setting</i>, <i>framing</i> y la comunicación audiovisual y su persuasión.