

EL TRATAMIENTO DEL REFUGIADO EN LA PRENSA ESPAÑOLA A TRAVÉS DE LA IMAGEN FOTOGRÁFICA. UN ANÁLISIS CUANTITATIVO¹

Raquel Martín Cano

(Universidad de Almería, España)

rakelmc74@gmail.com

Friederike Ther

(Universidad de Almería, España)

fether@ual.es

THE TREATMENT OF REFUGEES IN THE SPANISH PRESS THROUGH THE PHOTOGRAPHIC IMAGE. A QUANTITATIVE ANALYSIS

Fecha de recepción: 31-01-2019 / Fecha de aceptación: 11.12.2019

Tonos Digital, 38, 2020 (I)

RESUMEN: En el presente artículo se analiza desde una aproximación cuantitativa la representación de las personas refugiadas en la prensa española. Como metodología se ha utilizado la teoría de encuadre o *framing* relacionando tanto las noticias como las fotografías representativas de las mismas. Tras un recorrido por el estado de la cuestión de los estudios sobre refugiados y el marco teórico, se hace mención a la metodología utilizada a partir de un formulario en el que se identifican el número de noticias y de fotografías en relación con el periódico y la autoría, la geolocalización, denominación del refugiado, relación género y número de refugiados en las fotografías, análisis formal de las imágenes y, por último, se ha contrastado la temática de la fotografía y de la noticia. En los resultados observamos que en muchas ocasiones no existe una relación equivalente entre lo que se lee y lo que se refleja como imagen del refugiado.

Palabras claves: medios de comunicación; fotografía; refugiados; framing.

ABSTRACT:

This article analyses the representation of refugees in the Spanish press from a quantitative point of view. The framing theory has been used as a methodology, relating both the news and the representative photographs. After an overview of the

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

state of the question of refugee studies and the theoretical framework, mention is made of the methodology using a form in which the number of news items and photographs are identified in relation to the newspaper and the author, geolocation, naming of the refugee, gender relationship and number of refugees in the photographs, formal analysis of the images and, finally, the subject matter of the photograph and the news item has been contrasted. In the results we observe that on many occasions there is no equivalent relationship between what is read and what is reflected as the image of the refugee.

Keywords: media; photography; refugees; framing.

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación se caracterizan por ofrecer contenidos destinados por ejemplo a “*informar, educar, persuadir*[o] *entender*” (Igartua, 2006). Proporcionan a la audiencia construcciones de la realidad que dan forma a una transmisión de estereotipos que conllevan distinciones entre culturas. Las imágenes proporcionadas como acompañamiento o por sí solas en las llamadas fotonoticias, o en las noticias acompañadas por fotografías, desarrollan un papel importante dentro de la cobertura de la información sobre un acontecimiento o tema. Estas imágenes aportan “datos y una visión adicional que pueden contribuir a reforzar la información sobre el hecho o asunto al que se da cobertura en la noticia [...] Hacen que el mensaje informativo sea visualmente más agradable, más accesible y su contenido mejor recordado por el público [...] Se ha observado que es más sencillo pensar en imágenes que en textos al tratar de procesar y recordar la información” (Muñiz, Igartua, de la Fuente y Otero, 2007: 35). La investigación del uso de las fotografías puede estar seleccionada por diferentes encuadres o *framing* que nos pueden proveer de varios enfoques, incluso pueden hacer que la imagen utilizada no tenga relación con la información narrada y/o muestre otra información en sí misma.

Es a partir de 2011, con la guerra de Siria, cuando el término *refugiado* comienza a emplearse de forma cotidiana en la agenda periodística y en los medios de comunicación, llegando en 2015 a denominarse la *crisis de los refugiados* por el número extraordinario de desplazados y acogidos por parte de países receptores. ACNUR (2017) asegura que desde mayo 2015 a abril 2016 se produjo el mayor número de personas desplazadas hasta este momento, unos 65,6 millones de personas huyeron de sus hogares por motivos de la guerra, violencia o persecución.

Entre ellas, 21,3 millones personas refugiadas, una cifra equivalente al número de habitantes de Rumanía. Hemos encontrado una gran presencia mediática de la denominación del *refugiado* y de su representación gráfica, solo hay que pararse a pensar en la imagen de Aylan, el niño que apareció muerto en la costa de Turquía, que dio la vuelta al mundo realizándose un cambio de conciencia entre el antes y el después del tema de los refugiados en Europa.

Este estudio que forma parte del Proyecto *El discurso público sobre los refugiados en España* (DIPURE) y propone analizar, partiendo de la teoría de encuadre o *framing*, la representación del refugiado tanto en noticias como en imágenes fotográficas usando métodos cuantitativos con especial atención a la existencia o no de un vínculo entre noticia y fotografía. Se analizarán las noticias entre las fechas 1 de mayo de 2015 al 31 de abril de 2016 en distintos medios de comunicación de prensa escrita, fechas que coinciden con el mayor éxodo producido desde la Segunda Guerra Mundial hacia diferentes países europeos.

2. TEORÍA DEL FRAMING Y SUS ANTECEDENTES

La teoría del *framing* surge en el contexto de la sociología interpretativa. En lo que se refiere a los medios de comunicación esta teoría tiene mucho que ver con la pretensión de que la información se ajuste a la realidad social o a la objetividad periodística, entendida como la objetividad del informador. Este sentido algo imposible en cuando el informador depende de muchos factores como la *agenda setting*, o la propia subjetividad a la hora de utilizar varias fuentes. Pero es en este juego donde los teóricos del *framing* toman partido para destacar el "lugar que ocupa la noticia, según el lenguaje utilizado" (Sádaba, 2001).

Si partimos de que los medios de comunicación son mediadores entre la realidad y la audiencia, tenemos que tener en cuenta cómo es esa mediación, porque, según sus características, el receptor capta la realidad de formas diferentes. Así los elementos que determinan el *framing* -marco o encuadre- según Gaye Tuchman (1978), son los organizadores y las personas que trabajan en los medios de comunicación.

Una vez vista cómo es la relación emisor-receptor, el *framing* se puede conceptualizar. El teórico Tankard utiliza el examen del formato y del contenido de las noticias tal y como son los utilizados en nuestro trabajo: títulos, subtítulos, fotografías o pies de foto. En todos y cada uno de estos elementos integrantes en la noticia se

subrayan las ideas y se esconden otras, se caracterizan los sucesos o se reducen los hechos a sus hitos fundamentales [...] donde el “*framing* es en gran medida selección de información”(Tankard, 1991 en Sádaba, 2001:165).

Otros estudios como los de Robert Entman amplían la idea de *framing* no quedándose en el mero análisis del objeto y de la relación existente entre emisor y receptor, sino que además de este vínculo concurre un enlace entre ambos y la cultura, en el que generación de un marco es definida como “seleccionar algunos aspectos de la realidad percibida y hacerlos más relevantes o notorios en un texto de comunicación, de tal modo que promuevan un particular problema, definición, interpretación, una evaluación moral y/o recomiende un tratamiento especial para el elemento descrito” (Entman, 1993:52).

En lo concerniente al desarrollo de la teoría del *framing*, existen dos metodologías concurrentes, como son los métodos cuantitativos y/o cualitativos. Por un lado, el método cuantitativo referente al análisis de contenido identifica y mide con exactitud los elementos de *framing* presentes en el discurso y, por otro lado, el método cualitativo se centra en la interpretación del análisis del discurso de un modo más práctico y contextualizado (Vicente y López, 2009). En la actualidad, ambas modalidades se van aproximando y unificando, haciendo los estudios del *framing* más completos.

En lo que atañe a las investigaciones realizadas sobre el tratamiento visual en la prensa contamos con diferentes trabajos que analizan el fenómeno migratorio. Destacamos la tesis doctoral de 2003 de Beltran Copini titulada *Información visual e inmigración* de 2003 y en la que recopiló datos de diferentes medios de comunicación, tanto audiovisuales como de prensa escrita, entre enero de 1996 y junio de 2000. Realizó un análisis tanto cuantitativo como cualitativo, constatando que, como regla general, existe un trato discriminatorio hacia los inmigrantes no comunitarios, más acentuado en la televisión que en la prensa escrita. Otras investigaciones posteriores centran los estudios en el género y en investigar la representación de la mujer inmigrante en los medios, como es el análisis de Erika Masanet y Carolina Ripoll de 2008 que concluye que la mujer inmigrante es generalmente invisible, obviando su papel protagonista en la inmigración, representada a través de imágenes estereotipadas procedentes de un país pobre, víctima, sumisa, ignorante, etc.

Más cercanos en el tiempo y centrados en la representación de los refugiados, subrayamos el trabajo que López de Ramo y Humanes que realizaron en 2016, donde se trata el análisis de fotografías de refugiados en diferentes medios digitales,

internacionales y nacionales, en las cuales no se encuentra una representación exagerada del tránsito de los refugiados por los países balcánicos. Sí queda reflejado el sufrimiento de los mismos y, en general se puede afirmar que las imágenes “transmiten una visión solidaria a favor de los refugiados” igual que reflejan las “dificultades sufridas” en los países de tránsito o de recepción (López del Ramo y Humanes, 2016: 96). El trabajo de Casanova y Massó se aproxima a la crisis de los refugiados a través de los titulares y las fotografías en la prensa española con la hipótesis de la importancia que tiene sobre estas noticias las empresas editoriales. Para ello eligieron los dos periódicos de mayor tirada, *El Mundo* y *El País*. Concluyeron que las noticias muestran a unos refugiados felices en los países de acogida como Alemania, mientras que tanto durante el tránsito como en los campos de refugiados fuera de Europa están representados como reflejos de “miseria”, “hacinamiento”, “violaciones”, etc. (Casanova y Massó, 2018:113-114). Otro aspecto a destacar es que constantemente se usa el argumento “podías haber sido tú”, relatando que los refugiados sirios dejan atrás una vida muy parecida a cualquier europeo de clase media; en su mayoría tienen un alto nivel educativo, ninguneando así en parte a la población siria que no pertenece a esa clase social (ídem.: 116).

En el panorama internacional es a partir de 2015 cuando se pueden encontrar los primeros análisis sobre la representación de la crisis de los refugiados en los medios. La mayoría están escritos en Europa central y, especialmente, en Alemania ya que recibió más de un millón de refugiados (*Migrationsbericht* 2015). Las investigaciones son de características muy diversas. Esther Almstadt analiza en *Flüchtlinge in den Printmedien* (2017) los tres grandes medios escritos alemanes con una cifra de lectores diarios de más de 12 millones (ídem., 186). Clasifica las noticias en tres bloques temáticos: la llegada de refugiados en masa representando la “cultura de bienvenida” (*Willkommenskultur*), la imagen de Aylan Kurdi, el niño encontrado muerto en una playa de Turquía como representación del fracaso europeo y, por último, se pregunta si los refugiados pueden ser considerados como un enriquecimiento para el país (ídem, 185). Smykala(2018) analiza la denominación de *refugiados* en tres revistas semanales polacas, comparándolas con el periódico semanal alemán *Die Zeit*. Destaca cómo los conceptos *posibles peligros* y *foráneo* toman la delantera en el discurso sobre refugiados. También desde Alemania se ha analizado el *framing* sobre la huida y los migrantes dentro de la comunicación gubernamental de Hungría (Gaál, 2018). Indican como discursos relacionados con la seguridad ocupan un término principal mientras que otros como ayuda humanitaria prácticamente no están representados.

3. OBJETIVOS

El objetivo principal de este trabajo es el análisis cuantitativo y una aproximación al análisis cualitativo de la imagen fotográfica que ilustra las noticias relacionadas con el *refugiado* en nuestro país. Objetivos más específicos son los siguientes:

1. Identificar las noticias con fotografías de refugiados en los distintos periódicos deteniéndose en la cuantificación de noticias en comparación con las fotografías, en las secciones en donde aparecen reflejadas y en la autoría de las imágenes fotográficas.
2. Localizar geográficamente la noticia y la imagen fotográfica y comparar si existen diferencias entre ambas.
3. Distinguir la denominación del refugiado tanto en la fotografía como en el texto de la noticia y ver si se refleja una correlación.
4. Ahondar en los actores principales de la fotografía y clasificarlos atendiendo al número de personas, al género y a la edad, así como al lenguaje no verbal mediante el cual se expresan sentimientos.
5. Efectuar un análisis formal de las fotografías con refugiados basándonos en el color, tamaño de la imagen en relación con la página, espacio y tipo de plano según encuadre y según angulación.
6. Contrastar la temática de la noticia con la temática de la fotografía y comprobar si reflejan una misma categoría temática.

4. HIPÓTESIS

Los medios de comunicación como informantes de los acontecimientos que ocurren día a día son mediadores de la realidad, pero en ocasiones ese reflejo no está equilibrado; es decir, existe una discordia entre lo que se lee (texto) y lo que se mira (fotografía) llegando a establecerse una relación desacorde que llega al espectador y que repercute directamente en los grupos de menor poder social como en este caso los refugiados. Por esta razón se plantea como hipótesis que no existe una relación equivalente entre la noticia y la fotografía en la prensa escrita.

5. METODOLOGÍA

El modelo de investigación que se va a seguir en este estudio, parte la teoría del *framing*. Para el examen de la imagen fotográfica del refugiado hemos contado con un corpus de noticias en prensa escrita con fotos de refugiados obtenidas a través del instrumento de búsqueda *MyNews* con los siguientes ítems: *refugiado, refugiada, refugiados, refugiadas*² tanto en el título como en el subtítulo de las noticias. La elección de los periódicos ha sido siguiendo un criterio geográfico por CC.AA. de forma aleatoria si hay más de un periódico y sin basarnos en un criterio de mayor difusión. Dado que la Comunidad de Madrid no tiene un periódico comunitario se va a sustituir por cuatro periódicos nacionales, tres de ellos de mayor difusión. Además, no hemos podido obtener representación de prensa escrita en dos CC.AA.: en Asturias el periódico *La Nueva España*, perteneciente a la Editorial *Prensa Ibérica*, que solo permite el acceso a través de la plataforma *MyNews* a noticias de los últimos 90 días por lo que no se ha podido hacer un fichaje de sus noticias en las fechas propuestas. Y en la Comunidad de Castilla la Mancha no hay medio de prensa escrita en papel con acceso a través de *MyNews*.

Finalizado el corpus fotográfico se realizó un fichaje para el análisis de diferentes aspectos cuantitativos relacionados con medios, localización, tamaño de la impresión, denominación del refugiado a pie de página, análisis formal y material de la imagen, además de la correlación de la imagen-noticia³.

La herramienta de análisis utilizada es la aplicación de hojas de cálculo Excel a partir de variables que parten de un diseño originario basado en el fichaje original del corpus del Proyecto de Investigación DIPURE, pero modificada para este objetivo en particular. Tanto el listado de periódicos, el número de fotografías, como las variables se incluirán en el Anexo.

6. RESULTADOS

6.1. Análisis de contenido de los medios

En los doce meses analizados hay un total de 1.666 noticias con temática de refugiados. Como se observa en el gráfico, el periódico con más noticias totales de refugiados es *Las Provincias* con un 18% en comparación con el que menos noticias totales tiene el *Diario de Navarra* con 2%. En relación al número de noticias con fotos de refugiados *Diario Hoy Extremadura* es el que más noticias tiene con un 13% de

²Para simplificar en el texto se van a utilizar los plurales genéricos para toda la terminología específica como refugiados, desplazados, etc.

³ El formulario de fichaje se muestra en el Anexo.

noticias con fotografías y el que menos noticias vuelve a ser *Diario de Navarra* con un 1%. Aunque entre los medios regionales hay una gran diferencia de cantidad de noticias y noticias con fotografías de refugiados, hay que destacar, que en los tres medios nacionales se encuentra una representación muy reducida de esta temática.

Es necesario aclarar que sólo se han recogido para su análisis fotografías en la que aparecen refugiados, descartando las correspondientes a actos solidarios y/o manifestaciones multitudinarias por ser dudosas a la hora de establecer si hay o no refugiados en la imagen.

Medio	Número total de noticias de refugiados	%	Número total de noticias con fotos de refugiados	%
La Voz de Galicia	58	3%	29	6%
El Diario Montañés	164	10%	51	10%
El Diario Vasco	87	5%	23	4%
Diario de Navarra	26	2%	5	1%
La Rioja (Diario La Rioja)	202	12%	68	13%
El Heraldo de Aragón	49	3%	17	3%
El Periódico de Cataluña	72	4%	35	7%
Las Provincias	306	18%	59	11%
Última Hora	43	3%	25	5%
El Norte de Castilla	48	3%	10	2%
Hoy Diario de Extremadura	209	13%	69	13%
La Verdad	39	2%	8	2%
Ideal	42	3%	10	2%
Canarias 7	138	8%	36	7%
ABC	67	4%	29	6%
El País	63	4%	16	3%
El Mundo	53	3%	29	6%
Totales	1666		519	

TABLA 1. Relación entre el número total de noticias de refugiados y noticias con fotografías de refugiados.

Respecto al número de noticias con fotos de refugiados por meses, septiembre de 2015 y marzo de 2016 son los meses con mayor número de noticias con un 18% y 15% respectivamente, mientras que los meses de julio y agosto de 2015 son los que menos noticias con fotografías de refugiados muestran con un 2% y 3% respectivamente.

Contamos con un total de 519 noticias en donde aparecen fotografías de refugiados, pero, en realidad, el total de fotografías asciende a 604 ya que en algunas noticias - como se muestra en la tabla - hay más de una fotografía de refugiados. Hay

que aclarar que en este análisis se van a contar las fotografías repetidas como individuales porque en el conjunto del análisis de las mismas y en relación con otras variables el contenido es diferente.

Números de fotografías	Número de noticias
1	463
2	42
3	6
4	4
5	1
6	3

TABLA 2. Relación del número de fotografías en cada noticia.

En el emplazamiento de las fotografías en relación a las secciones de los periódicos, la mayoría de las fotografías aparecen en la sección "Internacional" o "Mundo" con un 68%, un 13% están repartidas en "Otros"⁴, un 10% en la sección "Regional/Local", un 5% en la sección Sociedad, un 2% en la sección de "Cultura, espectáculos y deporte" y por último, un 2% se encuentran en la sección de nacional. Los demás emplazamientos como "portada" y "contraportada" se sitúan por debajo del 2%. Parece que noticias relacionadas con la llegada de refugiados a determinadas zonas de España, su acogida y posterior integración en la vida del lugar no es considerado de interés por parte de los diferentes medios.

Por último, en relación a la autoría de las fotografías, solo un 44% están firmadas por la agencia y el autor/a, en un 31% muestran sólo a la agencia, en un 14% no consta la autoría y en un 11% sólo aparece el autor/a de la imagen. Las agencias con más fotos son AFP con 174, Reuters con 164 y EFE con 86 fotografías respectivamente, mientras que las de otras agencias ascienden a un total de 16 fotos. Esto significa que el 73% de las fotos son de agencias, la vía más fácil de conseguir fotografías para acompañar la noticia para los medios.

6.2. Geolocalización de la noticia y de la fotografía y procedencia del refugiado

⁴Se ha identificado a "Otros" a todas secciones que no son: Internacional, Regional/Local, Sociedad, Cultura/Espectáculos o Nacional.

Respecto a la geolocalización de las 519 noticias sobre refugiados, el 41% procede de Europa Central y Occidental seguido del 14%, perteneciente a Europa Mediterránea y el 10% a Oriente Medio. El resto de las noticias como se ve en el cuadro, no llegan al 7% o no son localizables.

En el caso de la geolocalización de las 604 fotografías, el orden del porcentaje se invierte. De las tres ubicaciones más numerosas, el 36% corresponde a Europa Mediterránea. Le sigue con el 20% Europa Central y Occidental y el 15% de los Países Balcánicos. Oriente Medio muestra un 8%, mientras que las fotos imposibles de localizar son un 7% igual que las localizadas en España con otro 7%. Las demás localizaciones están todos por debajo del 3%.

Geolocalización	Noticias		Fotos	
Europa Central y Occidental	212	41%	119	20%
Europa Mediterránea	74	14%	216	36%
España	51	10%	43	7%
Oriente Medio	47	9%	50	8%
Otro	39	8%	21	3%
Sin localizar	35	7%	44	7%
Países Balcánicos	31	5%	90	15%
Europa Septentrional	20	4%	12	2%
Mar Mediterráneo	10	2%	9	1%

TABLA 3. Relación de geolocalización entre las noticias y las fotografías.

Respecto al lugar de procedencia de los refugiados hay 45 países o regiones diferentes dándose el caso de que en una sola noticia se nombran 11 procedencias diferentes. A pesar de eso en solo 55% de las noticias se nombra. Los 3 países más citados con procedencia de refugiados son Siria, que aparece en 226 noticias, Afganistán en 73 e Irak en 65.

Procedencia en las noticias	
Siria	226
Afganistán	73
Irak	65
Eritrea	29
Otros: 41 diferentes, nombrados hasta 11 en una sola noticia	

TABLA 4. Lugar de procedencia de los refugiados en las noticias.

En relación a las fotografías sólo el 19% de la procedencia del refugiado es nombrada en el pie de las mismas. Hay un total de 15 países o regiones de procedencia, dentro de las cuales Siria es la nacionalidad más citada con un 58%, seguido de Afganistán con un 13%. Los demás países están debajo del 4% de las fotos que especifica la procedencia de los actantes.

Siria	68	59%
Afganistán	15	13%
Otros	15	13%
Myanmar	5	4%
Irak	4	3%
Irán	4	3%
Eritrea	3	3%
Palestina	3	2%

TABLA 5. Lugar de procedencia de los refugiados en las fotografías.

Si comparamos la interrelación entre las noticias y las fotografías y su coincidencia se ha encontrado que en solo 35 fotos de las 117 se nombra la misma procedencia, Siria. Existen un total de 70 fotografías donde en pie de fotografía se nombra uno de los países o regiones que también se citan en la noticia. Sin embargo, hay un 7% donde no coincide el pie de la fotografía con la noticia.

6.3. Denominación del refugiado

En la noticia escrita aparecen un total de 51 denominaciones diferentes para referirse a las personas refugiadas con 89 diferentes combinaciones de nombres y hasta 6 diferentes términos elegidos en una misma noticia. Desde palabras tan generales como *extranjeros* hasta tan específicos como por ejemplo *cristianos perseguidos*. Es por ello que hemos agrupado las denominaciones en tres grupos según la definición de ACNUR, más un cuarto grupo en la que no entra ninguna de las definiciones anteriores:

Refugiados: *Es una persona que se encuentra fuera de su país de origen por tener un temor fundado de persecución por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a determinado grupo social u opiniones políticas.* (Convención de Ginebra de 1951) (ACNUR, 2014:3).

Solicitante de asilo, demandante de asilo, asilado, etc.: *Es una persona que solicita protección internacional y que se encuentra a la espera de una decisión. Cualquier procedimiento de expulsión, devolución o extradición que pudiera haber en curso, quedará paralizado a la espera de la resolución de la solicitud de asilo.*(ACNUR, 2014: 3).

Flujos mixtos: migrantes, inmigrante, inmigrantes irregulares: *Se denomina así a aquellos movimientos migratorios en los que viajan juntos tanto inmigrantes económicos como refugiados, es decir, personas en necesidad de protección internacional. La pronta identificación de las segundas es una tarea clave a la hora de facilitar su acceso a los procedimientos de asilo en cada país. Informar a los recién llegados de su derecho a solicitar asilo es el primer paso para ello.* (ACNUR,2014: 3).

En un 43% de las noticias se denominan a los actores de forma mixta mezclando los conceptos de refugiados e inmigrantes. En las demás noticias se utilizan denominaciones como refugiados, desplazados, demandantes de asilo, asilados, etc.

Mixtos: refugiados, migrantes	225	43%
Refugiados y desplazados	152	29%
Refugiados, demandantes de asilo, etc.	108	21%
Otros	34	7%

TABLA 6. Denominación del refugiado en las noticias.

Respecto a la denominación de los refugiados en las fotografías pasa un tanto de lo mismo; sólo destacan dos: refugiados con 44% e inmigrantes con un 21%. En un 30% no consta ninguna denominación y un 5% existen otras denominaciones que no entran dentro de los grupos anteriormente descritos.

Refugiados y desplazados	263	44%
No consta	183	30%
Inmigrantes y migrantes	127	21%
Otros: demandantes de asilo, etc.	31	5%

TABLA 7. Denominación del refugiado en los pies de fotografías.

En la Tabla 8 se puede observar que hay ciertas diferencias entre las denominaciones del refugiado en la noticia en relación con las denominaciones en la fotografía.

Denominación en las noticias	Denominación en las fotografías	
Refugiados y desplazados	Refugiados y desplazados	91%
	Inmigrantes y migrantes	9%
	Demandantes, etc. de asilo	1%
Refugiados y demandantes	Refugiados y desplazados	89%
	Inmigrantes y migrantes	10%
	Demandantes, etc. de asilo	1%
Mixtos: refugiados, migrantes	Refugiados y desplazados	70%
	Inmigrantes y migrantes	26%
	Demandantes, etc. de asilo	3%
Inmigrantes y migrantes	Mixtos: refugiados, migrantes	1%
	Refugiados y desplazados	80%
	Mixtos: refugiados, migrantes	20%

TABLA 8. Coincidencia en la denominación del refugiado en noticias y pies de fotografías.

Analizando las dos primeras categorías, donde el texto de la noticia habla sin lugar a dudas de personas refugiadas o desplazadas y demandantes o solicitantes de asilo, asombra que en los pies de fotos no existe esta claridad a la hora de nombrar las personas retratadas, confundiendo hasta en un 10% personas refugiadas con inmigrantes/migrantes cuando este término tiene una connotación tan negativa en la sociedad española actual.

6.4. Los actantes de las fotografías

En relación con los actantes de las fotografías, se ha diferenciado entre varios grupos según el género. De mayor a menor un 26% de las imágenes muestran grupos mixtos, es decir, grupos en los que aparecen mujeres, niños y hombres, seguido de un 23% de sólo hombres, un 14% de grupos mixto con mayoría de hombres, 11% de niño/as y un 11% de hombres con niños. Los grupos menos numerosos son los correspondientes a mujeres con niños 6%, mujeres con un 4%, grupos mixtos con mayoría de niños con un 3 % y por último el grupo minoritario con un 2% el grupo mixto con mayoría de mujeres. Esto muestra que en el 37% los hombres sobresalen como género entre las personas refugiadas. Este predominio puede provocar y/o

acentuar sentimientos de amenaza hacia las personas refugiadas por parte de los lectores relacionada con la una acogida masiva.

La mayoría de los especialistas en comunicación no verbal defienden que hay un lenguaje universal relacionado con las expresiones (Poyatos, 1994). Existen estudios comparativos entre diferentes culturas en el muestran que el valor de las expresiones básicas que expresan el rostro como la alegría, la ira, la tristeza, el asco, el desprecio o el miedo, se consideran universales (Davis, 2010). Atendiendo a las expresiones, se ha analizado el rostro de los refugiados en las fotografías para ver cuál es la expresión que más se repite en los diferentes actores con los siguientes resultados: la mayoría de los estados emocionales son imposible de definir, bien porque los actantes están en una postura que no se pueden precisar o bien porque no se le ven los rostros con la suficiente claridad para descubrir el ánimo de los mismos. Los dos estados de ánimo mayoritario son a la vez opuestos y oscilan entre felicidad y tristeza, seguido de miedo, cansancio e ira, como se presenta en la Tabla 9.

Imposible definir	212	35%
Felicidad	159	26%
Tristeza	137	23%
Miedo	35	6%
Ira	29	5%
Cansancio	25	4%
Desprecio	3	0,50%
Sorpresa	2	0,25%
Asco	2	0,25%

TABLA 9. Lenguaje no verbal de los actores.

6.5. Análisis formal de la imagen fotográfica

Según la conexión entre el fotógrafo y la escena tenemos lo que Marzal llama *mirada enunciativa* (2011: 218) que corresponde a una manera de mirar. El fotógrafo puede captar la imagen por encima de su mirada, por debajo de esta o de lado, es decir, un picado, un contrapicado o una diagonal. Esta colocación del observador puede significar una relación de poder entre lo representado y la mirada, determinando el punto de vista. Como cita "el picado y contrapicado tiene dos aportaciones significativas el picado sitúa al fotografiado en una posición de poca importancia incluso de humillación, al contrario del contrapicado que lo enaltece" (Lorite, 2008: 191).

En relación al análisis formal basado en la *escala* o *plano*, que se basa en la interrelación entre el tamaño de la figura o el objeto en la imagen, se distinguen diferentes tipos de plano según la vinculación entre el refugiado y el espacio o la "porción de la realidad física, humana, que va a ser la que el espectador va a ver en el aparato receptor" (Millerson, tomado de Lorite, 2008:184). De más cercano al más lejano sería los siguientes: plano detalle, primerísimo plano (solo el rostro), primer plano (hasta el cuello), plano medio corto (hasta el pecho), plano medio (hasta la cintura), plano americano (hasta las rodillas) y plano general (cuerpo completo). En general "cuanto más cerca es la vista del objeto o sujeto fotografiado, mayor es el grado de aproximación emotiva o intelectual del espectador hacia la imagen [...] por el contrario, cuanto más general es la escala del motivo fotográfico, más habitual es su distanciamiento (Marzal, 2011: 185).

En lo que atañe al color, el 90% de las fotografías son en color frente a un 10% en B/N.; en relación con el espacio, el 82% son realizadas en exteriores frente a un 18% en interiores. Las fotografías están localizadas en un 58% en página par frente a un 39% en página impar, el resto en portada, contraportada u ocupa más de una página. En relación al tamaño de la imagen con la página del periódico un 41% ocupa menos de una cuarta parte de la página, un 32% ocupa un cuarto de la página, un 18% ocupa una tercera parte de la página, un 7% ocupa media página y sólo un 2% ocupa más de media página. De estos datos se podría deducir que las fotografías con personas refugiadas que aparecen en páginas par y son de tamaños menores es porque por parte de los medios no son considerados como noticias de primer orden en comparación con otras temáticas.

Con atención a la parte formal de la fotografía se han comparado las siguientes variables: tipos de ángulos, el tamaño de la fotografía y actores de la fotografía (Tabla 10). En el plano según angulación que más aparece es el *normal* con más del 50% en todos los casos, independientemente del número de personas que aparecen en las fotografías, con la excepción de la *multitud* - más de 50 personas - donde predomina el picado con un 59%. En el tipo de plano, el *plano general* es el mayoritario en todos los casos representando más del 50%, salvo en el caso del *grupo familiar* que no supera el 42%. Respecto al tamaño de la fotografía en relación con la página el tamaño más utilizado es el *menor a un cuarto*, con muy poca variación con respecto al grupo de personas representadas. Teniendo en cuenta solo las dos categorías con más porcentaje de cada tamaño de grupo representado en las diferentes fotografías, se aprecia claramente lo siguiente:

En todos los tipos de fotografías sobresalen planos generales y fotografías de tamaño menor. También la angulación predominante es la normal. Eso quiere decir que, aunque se trate de fotografías de personas individuales, las características formales de las fotografías dificultan mucho para que los lectores puedan apreciar detalles de las personas retratadas. Esto se acentúa cuando se trata de fotos con grupos más numerosos a pesar de que en el caso de grupos grandes de 31 a 50 personas el tamaño más utilizado sea el de un tercio de página.

Comparación	Angulación			Tipo planos			Tamaño de la foto		
	Total								
Individual	Total	118			118			118	
	Normal	77	65%	Plano general	62	53%	Cuarta parte de una página	43	36%
	Picado	32	27%	Plano medio corto	24	20%	Menos de una cuarta parte de una página	61	51%
2 - 5 Personas	Total	93			93			93	
	Normal	63	68%	Plano general	48	52%	Cuarta parte de una página	29	31%
	Contrapicado	16	17%	Plano americano	18	19%	Menos de una cuarta parte de una página	40	43%
Grupo familiar	Total	81			81			81	
	Normal	52	64%	Plano general	34	42%	Cuarta parte de una página	14	18%
	Picado	22	27%	Plano medio	24	29%	Menos de una cuarta parte de una página	49	61%
Grupo pequeño (6 - 15 personas)	Total	146			146			146	
	Normal	94	64%	Plano general	97	66%	Cuarta parte de una página	50	34%
	Picado	37	25%	Plano americano	23	16%	Menos de una cuarta parte de una página	45	31%
Grupo mediano (16-30 personas)	Total	84			84			84	
	Normal	49	59%	Plano general	53	63%	Cuarta parte de una página	31	37%
	Picado	28	33%	Plano americano	17	20%	Menos de una cuarta parte de una página	31	37%
Grupo grande (31-50)	Total	34			34			34	
	Normal	17	50%	Plano general	12	35%	Tercera parte de una página	20	58%
	Picado	16	47%	Plano medio corto	11	32%	Cuarta parte de una página	8	23%
Multitud (+ de 50)	Total	48			48			48	
	Normal	18	37,50%	Plano general	38	79,20%	Cuarta parte de una página	18	37,50%
	Picado	27	56,30%	Plano americano	5	10,40%	Menos de una cuarta parte de una página	16	33,30%

TABLA 10. Comparativa de los tipos de ángulos, planos y tamaño de las fotografías.

6.6. Relación noticia-imagen

El objetivo de la información es buscar una aproximación a la realidad social lo más neutra y verídica posible, aunque materialmente reproducir la realidad es ofrecer

una representación manipulada de la misma en muchas ocasiones (Bertrán, 2003). Algo parecido ocurre con la fotografía que acompaña a la noticia. El fotoperiodismo definido por Gurben (1997) es el realismo documental que tiene relación con un acontecimiento concreto, con la sociedad, el ambiente y la época en la que se ha producido. Ambos objetivos se complementan, pero por separado hay ocasiones en que la imagen que está junto a la noticia construye realidades yuxtapuestas. En este apartado se va a analizar la proporción de noticias en las que la fotografía de refugiados que acompaña a la noticia en un marco connotativo la complementan o no.

Para este examen se ha utilizado el mensaje *más destacado* en una serie de encuadres noticiosos tanto en la información de la noticia como en la de la fotografía, ambas fundamentadas en 5 de las etapas del viaje migratorio de los refugiados determinado en el proyecto de investigación DIPURE -salida, trayecto, frontera, llegada, reasignación/expulsión/traslados - además de otros encuadres que se han considerado relevantes, como ubicación, tipología del trayecto, vida diaria de los refugiados, decisiones políticas o reivindicaciones⁵. Ambos encuadres se relacionarán en las tablas 11 y 12.

Reasignación/Expulsión/Traslados.	118	23%
Decisiones políticas	103	19%
Salida	65	13%
Frontera	48	9%
Trayecto	47	9%
Llegada/recepción de refugiados	46	9%
Ubicación	35	7%
Otros	30	6%
Reivindicaciones/Actos solidarios	15	3%
Vida diaria	12	2%

TABLA 11. Encuadres de las noticias.

Ubicación: Campos de refugiados	179	29%
Trayectos por tierra	157	26%
Trayectos por mar	77	13%
Refugiados con políticos, policías, personal de rescate	52	9%
Frontera	54	9%
Otros	42	7%
Vida diaria de los refugiados	21	4%
Niños	12	2%
Trayecto por aire (aviones)	10	1%

TABLA 12. Encuadres de las fotografías.

⁵Se expondrán, en el Anexo 1

Una vez finalizado el análisis cuantitativo, se ha realizado una comparativa entre los encuadres noticiosos y fotográficos. Solo se han tomado en consideración los encuadres que superan el 15%. Lo más destacado del análisis es que en todos los encuadres noticiosos, menos en *Llegada*, aparece la *Ubicación: Campos de Refugiados* son los más representados. Otro encuadre a destacar son los *Trayectos por tierra* que aparecen en el 50%, como se puede evidenciar en la Tabla 13.

Reasignación/Expulsión/Traslados.	125	Trayectos por tierra	39	31%
		Ubicación: Campos de refugiados	28	22%
		Trayectos por mar	19	15%
Decisiones políticas	114	Ubicación: Campos de refugiados	38	33%
		Trayectos por tierra	37	33%
Salida	83	Ubicación: Campos de refugiados	23	28%
		Trayectos por mar	18	22%
		Frontera	13	16%
Trayecto	64	Trayectos por tierra	35	55%
		Trayectos por mar	13	20%
		Ubicación: Campos de refugiados	10	16%
Frontera	56	Ubicación: Campos de refugiados	15	27%
		Frontera	15	27%
		Trayectos por tierra	13	23%
Llegada/recepción de refugiados	51	Trayectos por tierra	17	33%
		Refugiados con políticos, policías, personal de rescate	11	17%
Ubicación	43	Ubicación: Campos de refugiados	33	77%
		Refugiados con políticos, policías, personal de rescate	7	16%
Otros: Actos violentos contra refugiados, actos políticos, sanidad, cultura, cuestiones económicas, etc.	35	Ubicación: Campos de refugiados	10	29%
		Otros: Famosos y refugiados, retratos, actos solidarios, etc.	10	29%
Reivindicaciones/Actos solidarios	16	Ubicación: Campos de refugiados	8	50%
		Otros	5	31%
Vida diaria	17	Vida diaria de los refugiados	7	41%
		Ubicación: Campos de refugiados	6	35%

TABLA 13. Relación de cuadros temático en la noticia y encuadre temático en las fotografías.

7. Síntesis de los contenidos

A continuación, se van a resumir las conclusiones más importantes:

- MEDIOS: Los periódicos regionales pertenecientes a las CC.AA. de Valencia, Extremadura y La Rioja son mayoritarios en número de noticias y de imágenes

fotográficas en contraste con la prensa nacional. Sin embargo, el número de lectores es mayor en estos periódicos nacionales como *El País* o *ABC*. Además, más del 50% de las noticias sobre refugiados se encuentra dentro de las diferentes secciones en una página par siendo menos atractivos para el lector/receptor. Se puede concluir que la temática de noticias sobre refugiados interesa más en ámbito regional, pero lo leen menos personas.

- LOCALIZACIÓN: Respecto a la localización existe una diferencia entre la localización de la noticia y la localización de la imagen fotográfica. Se aprecia que la mayoría de las noticias escritas están localizadas en Europa Central y Occidental mientras las fotografías en Europa Mediterránea.
- DENOMINACIÓN DEL REFUGIADO: Si se contrastan las denominaciones de las personas refugiadas tanto en las noticias como en las fotografías se observan dos resultados: por un lado, en el texto escrito no existe unanimidad a la hora de denominar al refugiado ya que no se diferencia entre conceptos como *refugiados*, *personas buscando asilo*, *asilados*, *demandantes*, *migrantes* e *inmigrantes* y demás denominaciones anteriormente mencionadas. Por otro lado, tampoco existe unanimidad ni rigor en las denominaciones del refugiado en el pie de las fotografías ya que sólo utilizan *refugiados* e *inmigrantes* y en muchas ocasiones sin seguir una las definiciones descritas en ACNUR o Amnistía Internacional.
- ANÁLISIS FORMAL DE LAS FOTOGRAFÍAS: Teniendo en cuenta el predominio del ángulo de los planos, los tipos de planos y el tamaño de las fotos, se puede apreciar que la representación gráfica más bien convierte al refugiado en un número dentro de una multitud sin que el lector pueda apreciar la individualidad de la persona refugiada.
- ACTORES: Aunque es mayoritario el retrato de grupos mixtos en donde se engloba tanto a hombres, mujeres como niños, se aprecia una mayoría masculina en el conjunto de actores fotografiados. En lo que respecta al lenguaje no verbal hay que destacar la igualdad existente entre la emoción de tristeza y la de felicidad donde solo destaca la tristeza con un 4% de diferencia. Sin embargo, hay que insistir que el tamaño de las fotos y la angulación no dejan determinar el estado de ánimo de los actores en una gran parte de las fotografías analizadas.
- NOTICIA/FOTOGRAFÍA: Es interesante poner en relieve que la mayoría de la información de los periódicos españoles analizados está relacionada con las

Decisiones políticas y el encuadre temático relacionado con la *Reasignación/Expulsión/Traslados* donde sabemos más sobre qué decisiones o no se van a tomar o dónde se van a reubicar, trasladar o expulsar al refugiado que humanizar el acontecimiento. Las fotografías, en cambio, también reflejan la vida diaria de los refugiados, aunque por los aspectos formales arriba mencionados la información se queda muy limitada.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Estatal de Medios. (2016). *Resumen General abril 2015- marzo 2016*. Recuperado el día 07 de abril de 2019 de <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2016/04/resumegm116.pdf>.

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2014). *Los medios de comunicación y las personas refugiadas*, Folleto 1-7. Recuperado el día 25 de abril de 2019 de <https://www.acnur.org/es-es/publications/folletos/5b44b1c44/los-medios-de-comunicacion-y-las-personas-refugiadas.html?query=inmigrante>

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. *Convención de Ginebra de 1951, el Estatuto de los Refugiados*. Recuperado en día 26 de abril de 2019 de <https://eacnur.org/es/convencion-de-ginebra-de-1951-el-estatuto-de-los-refugiados>.

Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. (2017). *Tendencias globales. Desplazamiento forzado en 2017*. Recuperado el día 26 de abril de 2019 de <https://www.acnur.org/es-es/stats/globaltrends/5b2956a04/tendencias-globales-desplazamiento-forzado-en-2017.html>.

Andrés, S., Nos-Aldás, E. y García-Matilla, A. (2016). La imagen transformadora. El poder de cambio social de una fotografía: la muerte de Aylan. *Comunicar*, 47(24), 27-37.

Bañón Hernández, A. (2007). *Discursos periodísticos y procesos migratorios*. San Sebastián: Tercera Prensa.

Bertrán Coppini, E. (2003). *Información Visual e Inmigración*. Tesis doctoral. Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona.

Casanova Cuba, M^a E. y Massó Guijarro, B. (2018). Aproximación de la crisis de los refugiados a través del titular y de la Fotografía de prensa en España. *Revista Sociológica de Pensamiento Crítico*. 12 (2), 109-119.

Davis, F. (2010). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza Ed.

Entman, R. (1993). Framing: toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(3), 51-58.

Granados Martínez, A. (1998). *La imagen del inmigrante extranjero en la prensa española: ABC, Diario 16, El Mundo y el País (1985-1992)*. Tesis Doctoral. Universidad de Granada.

Igartua Perosanz, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Editorial Boch.

Israel-Garzón, E. y Pomares-Pastor, R. Á. (2017). Imágenes icónicas. Contrastes en la representación audiovisual del 'pequeño Aylan' en el periodismo televisivo español y europeo. *Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication*, 8(2), 261-276.

Gurben, R. (1997). *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16.

López del Ramo, J. y Humanes, M. (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 García, N. (2008). Discurso, inmigración y medios audiovisuales. En A. Bañón y J. Fornieles (Eds.), *Manual sobre comunicación e inmigración*. (181-194). San Sebastián: Tercera Prensa.

Masanet Ripoll, E. y Ripoll Arcacia, C. (2008). La representación de la mujer inmigrante en la prensa nacional. *Papers: Revista de sociología*, 89, 169-185.

Felici, J. (2011). *Cómo se lee una fotografía*. Madrid: Cátedra

Muñiz C.; Igartua J. y Otero J. A. (2006). Imágenes de la inmigración a través de la fotografía de prensa. Un análisis de contenido. *Revista Comunicación y Sociedad*. 19 (1), 103-128.

Muñiz C, Igartua J.; de la Fuente M, y Otero J. A. (2008). Imágenes periodísticas de la inmigración. Aportaciones metodológicas al estudio de la comunicación visual. *Anàlisis*. 37, 31-48.

Poyatos, F. (1994). *La comunicación no verbal. II Paralenguaje, kinésica e interacción*. Madrid: Itsmo.

Sádaba T. y Rodríguez-Virgili J. (2008). La teoría del framing en la investigación. En M^a J. Canel y M. García Gurrionero (Eds.), *Estudios de Comunicación Política*. (15-30). Madrid: ACOP.

Sádaba T. (2001). Origen, aplicación y límites en "la teoría del encuadre" (framing) en comunicación. *Comunicación y sociedad*, 2, 143-175.

Tuchman, G. (1978). *Marking News*. New York: Free Press.

Vicente Mariño, M. y López Rabadán P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *ZER*. 4(26), 13-34.

ANEXO

TonosDigital

*Obligatorio

1. Número de noticia *

2. Fecha *

_____ *Ejemplo: 15 de diciembre de 2012*

3. Medio

Marca solo un óvalo.

- La Voz de Galicia
- El Diario Montañés
- El Diario Vasco
- Diario de Navarra
- Diario La Rioja
- El Heraldo de Aragón
- El Periódico de Cataluña
- Última Hora
- Las provincias
- El Norte de Castilla
- Hoy Diario de Extremadura
- La Verdad
- Ideal
- Canarias 7
- ABC
- El País
- El Mundo

4. Número de fotos por noticia *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

5. Sección *

Marca solo un óvalo.

- Internacional
- Nacional
- Regional/Local
- Política
- Economía
- Sociedad
- Cultura/espectáculos/deporte
- Otros

6. Página donde aparecen las fotografías *

Marca solo un óvalo.

- Par
- Impar
- Portada
- Contraportada

7. Fuente de la fotografía *

Selecciona todos los que correspondan.

- Agencia
- Autor
- No consta

8. En caso de agencia, cuál

9. Localización de la noticia *

Marca solo un óvalo.

- España
- Europa Central y Occidental
- Europa Septentrional
- Países Balcánicos
- Europa Mediterránea
- Oriente Medio
- Mar Mediterráneo
- Otros
- Sin localizar

10. Localización de la fotografía *

Marca solo un óvalo.

- España
- Europa Central y Occidental
- Europa Septentrional
- Países Balcánicos
- Europa Mediterránea
- Oriente Medio
- Mar Mediterráneo
- Otros
- Sin localizar

11. Procedencia del refugiado en las noticias *

Marca solo un óvalo.

- Se nombra
- No se nombra
- Otro: _____

12. En caso de nombrarse cuál/es

13. Procedencia del refugiado en las fotografías *

Marca solo un óvalo.

- Se nombra
- No se nombra

14. En caso de nombrarse cuál/es

15. Denominación del refugiado en las noticias *

Selecciona todos los que correspondan.

- Refugiado/os/a/as, Desplazados
- Asilados/Solicitantes de asilo/ Demantantes de asilo
- Inmigrantes/ migrantes/ emigrantes
- No consta
- Otros

16. En caso de otros cuál/es

17. Denominación del refugiado en las fotografías *

Selecciona todos los que correspondan.

- Refugiado/os/a/as, Desplazados
- Asilados/Solicitantes de asilo/ Demantantes de asilo
- Inmigrantes/ migrantes/ emigrantes
- No consta
- Otros

18. En caso de otros cuál/es

19. Tamaño de la fotografía *

Marca solo un óvalo.

- Mas de media página
- Media página
- Un tercio de la página
- Un cuarto de la página
- Menos de un cuarto de la página

20. Tipo de plano (según encuadre) *

Marca solo un óvalo.

- Plano general
- Plano americano
- Plano medio
- Plano medio corto
- Primero plano
- Primerísimo primer plano
- Plano detalle

21. Tipo de plano (según angulación) *

Marca solo un óvalo.

- Cenital
- Picado
- Contrapicado
- Normal

22. Color

Marca solo un óvalo.

- Color
- B/N

23. Espacio *

Marca solo un óvalo.

- Interior
- Exterior

24. Personas *

Marca solo un óvalo.

- Individual
- Grupo familiar
- 2-5 personas
- Grupo pequeño (entre 6-15 personas)
- Grupo Mediano (entre 16-30 personas)
- Grupo grande (entre 31-50 personas)
- Multitud (más de 50 personas)

25. Actores principales *

Marca solo un óvalo.

- Mujer/es
- Hombre/s
- Niño/a/os/as
- Mujer/es con Niño/a/os/as
- Hombre/s con Niño/a/os/as
- Grupo mixto con mayoría de mujeres
- Grupo mixto con mayoría de hombres
- Grupo mixto con mayoría de niños
- Grupos mixtos

26. Lenguaje no verbal *

Marca solo un óvalo.

- Felicidad
- Tristeza
- Ira
- Asco
- Sorpresa
- Miedo
- Desprecio
- Cansancio
- Imposible de definir

27. Tema principal de la noticia *

Marca solo un óvalo.

- Salida
- Trayecto
- Frontera
- Llegada/recepción de los refugiados
- Reasignación/Expulsión/Traslado
- Decisiones políticas
- Ubicación
- Vida diaria
- Reivindicaciones/actos solidarios
- Otros

28. En caso de otros cuál/es

29. Tema principal de la fotografía *

Marca solo un óvalo.

- Guerra/salida
- Trayecto por tierra
- Trayecto por mar
- Frontera
- Ubicación: campos de refugiados
- Refugiados con políticos, policías, personal de rescate
- Vida diaria
- Otros

30. En caso de otros cuál
