



EL TRATAMIENTO
DE LA
**DIVERSIDAD
CULTURAL**
EN LA **SOCIEDAD**

ACERCA DE CITIES OF MIGRATION

Cities of Migration tiene como objetivo mejorar la integración de los migrantes urbanos mediante el intercambio de información y experiencias a escala internacional y convertirse en un catalizador del liderazgo urbano en materia de migración.

A través de su eje virtual y del intercambio de experiencias, Cities of Migration cuenta con una participación de agentes muy variados, que incluye fundaciones, altos cargos municipales, organizaciones del sector comunitario, facultades y universidades, empresarios, sindicatos y asociaciones de vecinos y empresariales. Cities of Migration quiere ayudar a estos profesionales del ámbito urbano a entablar unos vínculos más estrechos, a desarrollar capacidades y a incrementar la eficacia de las prácticas locales y los marcos políticos que las soportan.

La Fundación Bertelsmann, en colaboración con la Maytree Foundation, trabaja en la identificación de buenas prácticas españolas en integración de inmigrantes, a las que proporciona difusión a nivel nacional e internacional a través de publicaciones, foros virtuales y presenciales o su página web.



/01

II MESA DE REFLEXIÓN:

EL TRATAMIENTO DE LA DIVERSIDAD CULTURAL EN LA SOCIEDAD

La presente publicación quiere plasmar las opiniones de la docena de profesionales que participaron en la II Mesa de Reflexión de la Fundación Bertelsmann, celebrada el pasado 22 de noviembre de 2011 en Madrid, bajo el título *El tratamiento de la Diversidad Cultural en la sociedad*. Este coloquio se enmarca dentro del proyecto Cities of Migration, que pretende conectar a agentes sociales de todo el mundo para dar a conocer de primera mano diferentes iniciativas en torno a la Diversidad Cultural.

Este segundo debate da continuidad a la I Mesa de Reflexión, que se celebró en marzo de 2011, y en la que se abordó, por parte de algunos profesionales de la información, el tratamiento de la diversidad en los medios de comunicación. Con esta serie de encuentros en torno a la Diversidad Cultural la Fundación Bertelsmann busca reunir a agentes sociales, protagonistas y periodistas para que aporten reflexiones, experiencias y propuestas en torno a la igualdad, uno de los valores que abandera este proyecto.

/02

PERSPECTIVA GLOBAL DE LA GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD CULTURAL

En esta segunda mesa de debate —y después de detectar la necesidad de vincular a los periodistas con las realidades de las instituciones implicadas en la Gestión de la Diversidad Cultural—, la Fundación Bertelsmann tomó la iniciativa de reunir a un grupo de agentes sociales muy diversos para conseguir una mesa transversal. En este encuentro, los diferentes actores pusieron en común sus opiniones sobre cómo mejorar el tratamiento, conocimiento y difusión de la Gestión de la Diversidad Cultural.

La puesta en escena de este concepto fue una mesa con diferentes responsables de asociaciones y medios de comunicación, y una única pregunta: ¿Cómo abordar la Diversidad Cultural desde los diferentes sectores sociales implicados?

Una de las premisas que los participantes expusieron al inicio del debate fue que la responsabilidad del tratamiento de la Diversidad Cultural debe ser transversal. En este sentido, compartieron que el compromiso debe abarcar a todos los agentes culturales, políticos y medios de comunicación, y que se debe trabajar para que la población también forme parte del mismo. En demasiadas ocasiones, a pie de calle se tiene la sensación de que todos los trabajos por la igualdad y la Diversidad Cultural corresponden a organizaciones especializadas que se

dedican a este campo, sin que los demás sientan la necesidad de involucrarse.

Precisamente para concienciar a la ciudadanía, algunos de los participantes consideraron que los medios de comunicación son una plataforma idónea para ello y que deben aprovecharse como vías de difusión para hacer de altavoz de las minorías. Sin embargo, aunque con frecuencia se tratan temas de inmigración desde el punto de vista económico, estadístico, de conflictos sociales o marginalidad, hay un vacío a la hora de abordar la Diversidad Cultural desde otras perspectivas más integradoras. Es necesaria una mayor implicación en la presentación de la Diversidad Cultural por parte de los medios. Deberían proliferar, por ejemplo, espacios en los que se expongan iniciativas creativas de integración o que muestren el día a día de otras culturas: su gastronomía, su cultura literaria y cinematográfica, sus empresas, su geografía... Este enfoque, además de aportar contenido, ayudaría a romper tópicos y a *educar* a la población en la Diversidad Cultural, fomentando la existencia de una realidad multicultural normalizada.

Las asociaciones que trabajan con colectivos de inmigrantes padecen muchas veces la indiferencia de la sociedad y de los medios. A menudo, entidades pequeñas y con poco reco-

nocimiento realizan un trabajo importantísimo, pese a que habitualmente resulte invisible para la mayoría de la población. Algunos de los responsables de estas asociaciones reivindicaron más atención mediática para sus proyectos, y lamentaron que el protagonismo periodístico sobre estos temas lo acaparen, sobre todo, *las grandes asociaciones*. En esta línea criticaron que, cuando los periodistas reparan atención en sus actividades movidos por el interés de un reportaje, busquen con frecuencia las realidades extremas y fatalistas, dando a veces una visión parcial de la inmigración y resaltando la exclusión social en detrimento de los casos de inclusión exitosa.

Los asistentes mostraron un consenso en la relevancia del modelo público para preservar la igualdad de las minorías, sin dejar de defender a las mayorías. Recordaron las ventajas que ha dado a España en el campo de la integración el hecho de pertenecer a la Unión Europea, pues ha implicado el establecimiento de numerosos mecanismos de autocontrol para el respeto de las minorías. Estos mecanismos reguladores han servido para avanzar en el respeto al honor, la intimidad, los valores y la diversidad, y han permitido que esto se traduzca en una mayor protección jurídica a los más débiles.

/03

RETOS Y COLABORACIONES

Durante la II Mesa de Reflexión quedaron patentes los retos a los que nos enfrentamos en el campo de la Diversidad Cultural.

Los participantes apostaron por dar a conocer las buenas prácticas en materia de integración en las familias, colegios y empresas. Un ejemplo claro es la incorporación del inmigrante al mundo profesional en el país de acogida, reconociendo e incorporando su experiencia laboral, un paso clave para su total integración. En muchas ocasiones, las compañías tienen grandes iniciativas de las que no son conscientes y que, por tanto, no dan a conocer. Todos los días hay empresas que desarrollan buenas prácticas sin ningún protocolo establecido. Pero, al no formar parte de ningún plan, estas actividades no se presentan como una formalidad, no se comunican y no se ponen en valor. Los participantes en la mesa revelaron la importancia de dar visibilidad a estos mensajes positivos hacia la sociedad.

Algunos representantes de asociaciones criticaron la opacidad que hay en los medios en materia de integración, siendo las buenas prácticas a menudo eclipsadas por informaciones sobre inmigrantes involucrados en sucesos y conflictos muy cercanos al amarillismo. Como respuesta, los profesionales de los medios comentaron que educar en valores es un trabajo

de largo recorrido y de gran inversión, unos retos especialmente *desafiantes* en el actual contexto que vivimos. La mala situación económica que envuelve a los grupos mediáticos plantea un debate coyuntural en el proceso periodístico debido a que, además de la deontología, se tiene en cuenta más que nunca la rentabilidad.

Para eliminar la etiqueta de *problema* de las personas inmigrantes y darles una connotación positiva, más realista, todos los agentes sociales consensuaron que se debe revisar el fenómeno de la inmigración, qué se hace para su integración y cómo se explica, y realizar un ejercicio de reflexión asumiendo la responsabilidad que todos tenemos para lograr una adecuada percepción de la sociedad.

/04

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Uno de los resultados más palpables de la II Mesa de Reflexión fue la posibilidad que ofreció a los diferentes participantes de conocerse entre ellos. De este modo, se fomentó la transversalidad de las acciones planteadas y se abrieron canales de colaboración entre los diferentes actores sociales. Al tratarse de un debate tan abierto y desinteresado, se obtuvieron conclusiones y resultados realistas que demostraron la consolidación y necesidad de iniciativas como la Mesa de Reflexión. Algunas de las ideas que se aportaron son:





Nuevos enfoques en las empresas

A pesar de que la Gestión de la Diversidad Cultural en las empresas está a la orden del día en muchos países europeos, España tiene todavía mucho camino que recorrer.

- Una de las vías más directas y prácticas para innovar en este sentido es recoger los puntos de vista de personas de distintos orígenes sobre experiencias en varios entornos laborales, así como de sus compañeros de trabajo. Saber su opinión aportará un contenido muy valioso que ayudará a mejorar la integración de extranjeros en las empresas.

- Las políticas de Recursos Humanos de las compañías deberían tener más en cuenta las actitudes y los valores, frente a la cualificación profesional. Es fundamental tener presente todo el valor añadido que los inmigrantes aportan, como el bagaje cultural, su gran capacidad de adaptación, la alta motivación y el afán de superación.
- Para reforzar las buenas praxis en las empresas, es muy importante elevarlas a lo público, darlas a conocer. De esta manera, se consigue que se extiendan a otras corporaciones por imitación, algo que provoca una competencia muy positiva.
- Los medios de comunicación representan un canal fundamental para explicar las buenas políticas de integración. Por este motivo, las empresas deben sumar a sus responsabilidades la comunicación de su organización interna, con el objetivo de que los medios se interesen por la misma y de que, poniendo sus prácticas en común, se sumen esfuerzos para mejorar propuestas.



Aproximación a los medios y agentes emisores de información

Las organizaciones que trabajan en la Gestión de la Diversidad Cultural deben fomentar que sus logros y retos tengan repercusión en los medios de comunicación.

- Las organizaciones no deben tener miedo a dirigirse a los periodistas y a los medios de comunicación para explicarles sus proyectos, logros y retos.
- Las organizaciones que fomentan la diversidad pueden ser, por ellas mismas, fuente de información. Dar a conocer su trabajo al público general no está reñido con la ética.

- La comunicación deficiente es algo que las organizaciones no se pueden permitir, porque tendrá dificultades para la captación de fondos y, sobre todo, para el alcance social de su misión.
- Todos los participantes, donantes, patronos, beneficiarios, voluntarios y miembros de las organizaciones pueden contar con claridad su tarea y situación, sin depender de profesionales de la comunicación.
- Un ejemplo de herramienta muy útil para acercar los medios de comunicación a los inmigrantes es el manual editado por la Mesa para la Diversidad del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), accesible en internet y en diversas lenguas, para que los extranjeros puedan formarse en el funcionamiento de los medios nacionales.



Formación y reciclaje

- Es básico acercarse a la Diversidad Cultural desde la profesionalidad. En este sentido se recomendó, como ya se expuso en la I Mesa de Reflexión, que todos los actores se formen en este ámbito, para conocer qué supone la integración y plantear propuestas fundadas sobre qué se puede hacer para mejorar desde las distintas disciplinas.
- Hasta hace poco, la formación en la Gestión de la Diversidad Cultural se planteaba siempre desde la única disciplina del derecho. No obstante, el futuro se encamina hacia la búsqueda de nuevas perspectivas, como por ejemplo la reciente propuesta de formar a los cuerpos de policía en esta materia. La formación de los cuerpos de seguridad es básica para garantizar la cohesión social, y se

debe orientar tanto a los gestores de la seguridad como al policía operativo que tienen que gestionar las diversas situaciones. Asimismo, se pueden desarrollar programas de formación que promuevan la Diversidad Cultural dentro de los organismos públicos, reflejando así a la comunidad a la que sirven mediante la incorporación de personal de origen inmigrante que cumpla los requisitos básicos para optar a ello.

- Se constató, a lo largo del debate, la importancia de invertir en formación en todos los campos para conseguir una mayor armonía social y promover la participación de diferentes colectivos profesionales, algo que ayudará a conseguir los objetivos propuestos.

IV

Nuevos canales de comunicación

Las redes sociales y los nuevos medios de comunicación han revolucionado el panorama mediático. Las organizaciones deben tomar conciencia y aprovechar las ventajas de una red tan extensa que permite llegar a una población mucho mayor. Adaptarse a las nuevas tecnologías no debe cohibir, sino que debe ser una motivación para ganar visibilidad. No obstante, la adaptación 2.0 debe hacerse de forma correcta y no sirve solo trasladar los mensajes

de los medios tradicionales a la web sino que es preciso adaptarlos para ella, ya que requiere un lenguaje y una estructura propia.

- La implantación de las nuevas tecnologías continúa generando dudas a día de hoy. El origen de estas reticencias y dificultades no está tanto en el gasto económico ni en las necesidades formativas, sino en las propias barreras y límites que se imponen las organizaciones. Por este motivo, quedó patente la necesidad de ser más flexibles para adaptarse a la nueva realidad.
- Es un hecho que cada vez más los ciudadanos se comunican e informan en la red, por ello, las organizaciones deben ampliar sus estrategias y plataformas en las redes sociales. A veces, descuidar la comunicación 2.0 puede conllevar descuidar la misión de la organización.
- La eclosión de las redes sociales permite dar voz a organizaciones de menor tamaño, a un precio más razonable que los medios tradicionales, teniendo la posibilidad de ampliar su poder de convocatoria.
- Es posible que las organizaciones no obtengan rendimiento económico de su presencia en las redes sociales en lo que a captación de socios se refiere, pero sí consiguen la atención de miles de personas. Internet abre nuevas vías de comunicación y permite que noticias y acontecimientos puedan tener visibilidad más allá de los medios.
- Las organizaciones están debatiendo todavía cuál debe ser su rol en la red, pese a que en su mayoría admiten que tienen que estar presentes. Una solución puede ser la incorporación de la figura del *community manager* a su equipo, que aconseje en los contenidos y estrategias a seguir, y que gestione su actividad diaria.



PARTICIPANTES

Cándida Godoy

Subdirectora del programa *Informe Semanal* de TVE1

Carles Solà

Director del programa *Tot un món* de TV3

Francesc Triola

Director general de COMRàdio

Ignacio Carretero

Redactor de Inmigración y Solidaridad del diario *Qué!*

Irene Lantero

Responsable de Comunicación de la Fundación Tomillo

Isabel Vega

Redactora de Sociedad en la agencia Europa Press

José Francisco Cano de la Vega

Jefe de la Policía Local de Fuenlabrada (Madrid)

Michaela Hertel

Directora de la Fundación Bertelsmann

Monique Dissarz

Responsable de Cities of Migration en España

Montserrat Presa

Área de Diversidad de la Red Acoge

Olga Rodríguez

Redactora de Inmigración *El Mundo*

Susana Hidalgo

Jefa de información Redactora jefe de *Público*

Edita:

© 2012 Fundación Bertelsmann

Directora de Fundación Bertelsmann

Michaela Hertel

Responsable de Cities of Migration España

Monique Dissarz

Coordinación editorial

Encarna Castillo

Diseño y maquetación

Sacajugo

Impresión

Digital Screen

D.L. B-22535-2012

Fotos

Archivo Fundación Bertelsmann

© Fotolia, © Shutterstock, © iStockphoto

Fundación Bertelsmann

Passeig Picasso, 16

08003 Barcelona

España

Tel. 93 268 73 73

Fax 93 268 71 73

Fundación Bertelsmann

Fundación Bertelsmann

Fundación Bertelsmann

www.fundacionbertelsmann.org

