

# Lugares comunes y dilemas en torno a la comunicación

## CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA



Cofinanciado por la Unión Europea



Catálogo de publicaciones de la Administración General del Estado  
<https://cpage.mpr.gob.es>

Autores:  
GEA 21  
Begoña Pernas  
Marta Román  
Óscar Clemente

© Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones

Edita y distribuye: Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia

José Abascal, 39, 28003 Madrid

Correo electrónico: [oberaxe@inclusion.gob.es](mailto:oberaxe@inclusion.gob.es)

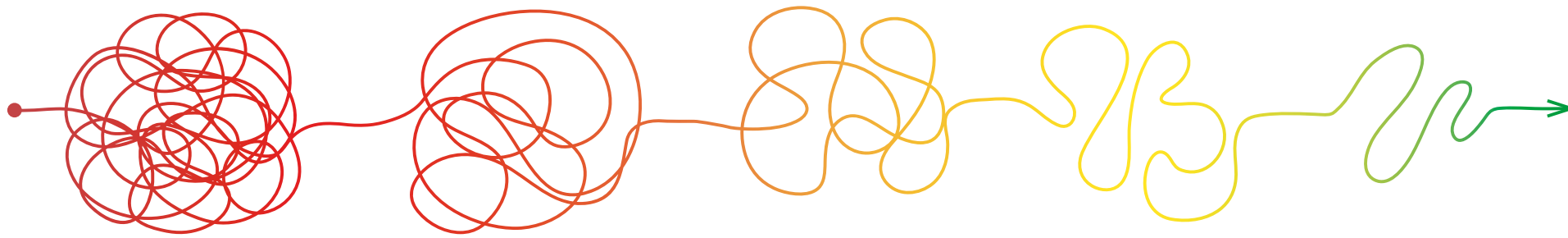
Web: <http://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/index.htm>

NIPO PDF: 121-22-009-5

Diseño y maquetación: Carmen de Hijes

## Contenido

Presentación	4
1.1. ¿A quién se dirigen nuestras campañas anti racistas?	5
1.2. Los inmigrantes son como nosotros	6
1.3. Los inmigrantes son personas	9
1.4. Los inmigrantes son cosmopolitas	11
1.5. Los inmigrantes vienen sin cultura	13
1.6. Los inmigrantes son buenas personas	16
1.7. No existen los conflictos con la inmigración	17
1.8. El racismo es una postura individual y se basa en la ignorancia	19
1.9. Hay que luchar contra el racismo con información	20
1.10. Los prejuicios y los rumores llevan a la violencia	22



## Presentación

Me complace presentar el artículo “Lugares comunes y dilemas en torno a la comunicación contra el racismo y la xenofobia”, elaborado por las investigadoras Begoña Pernas y Marta Román, promovido por el Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE) y cofinanciado por Unión Europea.

Esta publicación nace del conocimiento generado en dos estudios previos. El primero, “Percepciones, discursos y actitudes hacia las personas inmigrantes en un barrio de Madrid” (2019) analizó las tendencias de opinión pública y las actitudes de la ciudadanía frente a la inmigración en el distrito madrileño de Puente de Vallecas. El segundo, “Esferas de igualdad: comunicación y criterios de intervención para mejorar la convivencia en los barrios” (2020) centró su objetivo en crear una metodología de intervención en espacios de convivencia local como son las calles, los centros educativos y las prestaciones sociales.

Con el propósito de divulgar los resultados de ambos estudios y mejorar las herramientas de comunicación, el OBERAXE realizó en noviembre de 2021 el taller “¿Comunicación o ruido?”, un encuentro en el que participaron organizaciones de la sociedad civil y responsables de la administración pública que reflexionaron acerca del alcance y los contenidos de las campañas de prevención y lucha contra el racismo y la xenofobia.

En el marco de la difusión de los resultados de dichos estudios también se presentó un podcast de cuatro capítulos en los que Begoña Pernas, Marta Román y Óscar Clemente ahondaron en las percepciones y actitudes hacia la población migrante en un barrio de Madrid dentro de un contexto complejo marcado por la crisis económica y agravado por la pandemia de coronavirus.

Los nueve principios que estructuran el presente artículo esbozan un recorrido alrededor de los rasgos más característicos de las campañas de comunicación dirigidas a combatir el racismo y la xenofobia. Los lugares comunes a los que recurren los mensajes de las campañas como, por ejemplo, mostrar a los inmigrantes de forma individualizada, presentarles como personas integradas en la cultura cosmopolita internacional y sin una cultura arraigada o incidir en los aspectos comunes de todos los seres humanos, pueden resultar muy eficaces, aunque generan también ciertos dilemas y problemáticas a tener en cuenta.

La reflexión y el análisis, que emanan de las conclusiones de este trabajo y los previos en los que se basa, constituyen un ejercicio de gran valor que nos permite ampliar el conocimiento sobre las estrategias de comunicación antirracistas y profundizar tanto en los mensajes y eslóganes empleados como en su repercusión en el público destinatario, en las tendencias de opinión pública y en los colectivos vulnerables.

Con trabajos como este pretendemos seguir sumando al trabajo institucional que venimos realizando y al de otras instituciones, organizaciones y actores involucrados, para avanzar en una sociedad más tolerante y respetuosa con los derechos fundamentales de todas las personas que forman parte ella.

### **Miriam Benterrak Ayensa**

Directora General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración



## 1.1. ¿A quién se dirigen nuestras campañas anti racistas?

En los años 2018 y 2019, a petición del OBERAXE, recorrimos un popular barrio de Madrid, Vallecas, para analizar si el racismo y la xenofobia estaban aumentando tras la gran recesión de 2008 y si se podían observar esos efectos y cambios<sup>1</sup>. Al hacerlo, comprendimos lo difícil que es captar y describir de forma clara este fenómeno y su impacto. Al ser un sentimiento tan negativo y tan históricamente cargado de significados, las personas niegan ser racistas; sus palabras, sus pensamientos y sus decisiones vitales no coinciden ni están alineados, por lo que es necesario captar muchas dimensiones al mismo tiempo. Sobre todo comprobamos que el racismo no es una postura individual, una decisión ideológica o ética, sino que su constelación de significados se explica por las posiciones sociales de los diferentes grupos.

Agrupar individuos en categorías y dibujar perfiles ha sido siempre uno de los objetivos de los estudios cualitativos. Cuando hablamos de marketing o de comunicación, se trata además de una primera fase esencial, que ninguna compañía comercial pasaría por alto. Pero nos dimos cuenta de que muchos de los mensajes, eslóganes y productos de la comunicación anti racista ignoraban esas diferencias y parecían hablar a un sujeto individual cuya actitud poco abierta o racista había que cambiar con pedagogía. A la luz de las posiciones sociales que observamos en el estudio, ese sujeto individual simplemente no existe. Nos preguntamos a quién dirigimos las campañas, quién es el racista al que hablamos.

<sup>1</sup> A continuación, los dos enlaces a los estudios que son la base de esta reflexión: *"Percepciones, discursos y actitudes hacia las personas inmigrantes en un barrio de Madrid"* *"Esferas de Igualdad: Comunicación y Criterios de Intervención para Mejorar la Convivencia en los Barrios"*

En las campañas institucionales, en los mensajes de las grandes ONG del sector, mediante los esfuerzos de muchas entidades contra los bulos y los rumores negativos, se ha ido creando un discurso hegemónico que determina el "deber ser" de la comunicación anti racista.

Nuestro propósito en este artículo no es hacer un análisis exhaustivo de las campañas y anuncios anti racistas de los últimos años, sino señalar y discutir unos cuantos lugares comunes, presentes en muchas de estas piezas de comunicación. La intención no es otra que ampliar la discusión y colaborar –modestamente– con la reflexión sobre la eficacia de la comunicación institucional. Parte de estas conclusiones, que se explican a continuación, fueron generadas en el taller "¿Comunicación o ruido? Reflexión sobre el alcance y contenidos de las campañas de prevención y lucha contra el racismo y la xenofobia" organizado por el Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia.

¿Cuáles son estos lugares comunes? Podrían resumirse en los siguientes principios, que aparecen como indiscutibles en muchos mensajes y campañas, y que no obstante discutiremos en las siguientes páginas:

1. Los inmigrantes son como nosotros.
2. Los inmigrantes son personas.
3. Los inmigrantes son cosmopolitas.
4. Los inmigrantes vienen sin cultura.
5. Los inmigrantes son buenas personas.
6. No existen los conflictos con la inmigración.
7. El racismo es una postura individual y se basa en la ignorancia.
8. Hay que luchar contra el racismo con información.
9. Los prejuicios y rumores llevan a la violencia.



## 1.2. Los inmigrantes son como nosotros

La identificación es la primera estrategia comunicativa. En un cartel aparecen varias personas de diferentes orígenes que miran de frente y la frase “Yo soy tú”, como si de un espejo se tratara<sup>2</sup>. La intención es clara: no puede haber discriminación o rechazo hacia alguien que es como uno mismo, que es uno mismo. Y en segundo lugar: tú podrías estar en la misma situación, bastaría un golpe de la fortuna y estarías emigrando y buscando tu lugar en otro país, como tantas veces les sucedió a tus antepasados.

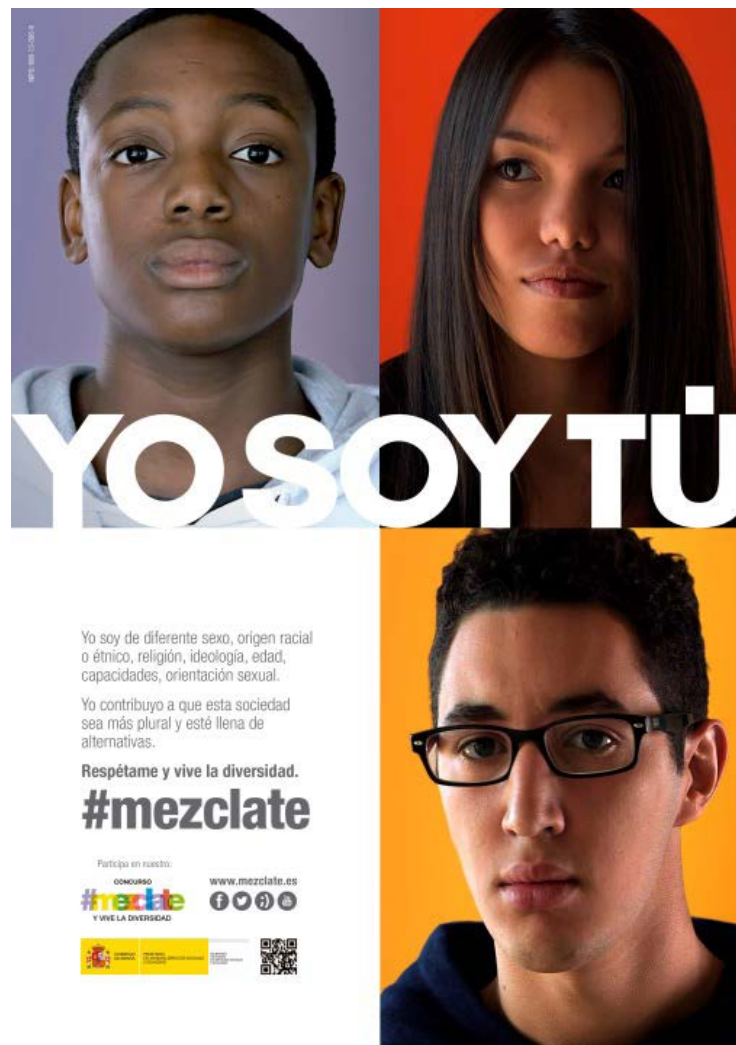
La idea es poner el acento en lo común –la común humanidad– frente a lo superficial o accidental: la nación, la piel, la frontera.

Pero esta estrategia, que se repite en múltiples formas y mensajes, tiene algunos límites importantes. En primer lugar, no cita ni explicita a quien se dirige: si todos somos seres humanos, está dirigida a todos. No solo elimina los factores sociales que definen al emigrante, sino también aquellos que definen al receptor del mensaje, de quien se supone que es solo un ser humano.

Pero en la sociedad no hay seres humanos. Hay posiciones sociales y en estas posiciones, se oyen de forma diferente los mensajes. Mensajes que provienen además de una autoridad moral, ONG o institución pública. Es decir, de alguien que debe ser escuchado. En nuestro estudio sobre “Percepciones,

<sup>2</sup> **Yo soy tú.** Campaña de la Dirección General para la Igualdad de Oportunidades. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. 2013.

<http://injuve.es/convivencia-y-salud/noticia/campana-yo-soy-tu-mezclate>



discursos y actitudes hacia las personas inmigrantes en un barrio de Madrid”, identificamos al menos dos posiciones que reciben estos mensajes de forma completamente diferente: cosmopolitas y clase obrera en crisis.

La clase cosmopolita está compuesta por personas, con estudios medios o superiores y situación económica buena o al menos estable, que tienen la capacidad o la ilusión de vivir en un mundo abierto, capaz de responder a sus deseos de movilidad social sin hacerlos renunciar a la felicidad individual. Sienten que no están atados por culturas o instituciones del pasado (raza, nación, religión, incluso género), y que todo el mundo goza de la misma libertad para elegir su ambiente, huir de condicionantes excesivos y construir una vida privada satisfactoria con su voluntad y su talento. Por lo tanto, son favorables a la inmigración y rechazan los discursos hostiles, nacionalistas o culturalistas, que ponen en duda una sociedad globalizada y democrática, o desean limitarla.

Podemos decir que representan el discurso hegemónico, no necesariamente mayoritario, pero sí con capacidad de acción comunicativa y política. Lo que ellos piensan es reconocido y bien visto, se apoya en una tradición de derechos humanos y libertades individuales. Confían en que el Estado vele por hacer posible esos caminos individuales sin comprometer la cohesión social.

¿Cómo no van a ser favorables a la inmigración quienes defienden una sociedad internacional y una cultura cosmopolita? El hecho de que no convivan habitualmente con personas de fuera no afecta a este discurso. Simplemente, consideran que el tipo de barrio que eligen, el colegio de sus hijos, sus trabajos y sus formas de ocio no les llevan a una convivencia estrecha con los inmigrantes de su ciudad.

Cuando ven el cartel de “yo soy tú” pueden sentir satisfacción o acuerdo moral con la común humanidad, pero nunca se van a sentir amenazados por esas palabras. Porque ellos nunca van a estar en esa posición, ni se van a ver desplazados de su lugar social por la “igualdad” que la campaña predica.

Por el contrario, la clase obrera en crisis sí siente cercana la identificación de la que habla el cartel. Para empezar porque ya son ellos. En esta fase histórica, la clase obrera está compuesta por personas autóctonas e inmigrantes, unidas por la experiencia de vivir en los mismos barrios y compartir trabajos menos cualificados, con dosis importantes de precariedad laboral y económica. Aunque se trata de una clase fragmentada, tiene en común la convivencia –más bien la fusión– multicultural y el temor a la caída social.

Además, sus valores y sus principios no son cosmopolitas. Tienen culturas locales, de barrio o de clase, a veces de origen, que les ofrecen arraigo y sentido. No observan ante ellos una sociedad internacional abierta en la que progresar, sino la crisis del mundo del trabajo y de sus valores: la solidaridad obrera, la unidad vecinal, la moral del trabajo bien hecho, el respeto a sus logros y a los logros de sus barrios populares. La falta de respeto –junto a la desigualdad creciente– les causa una herida moral que está tan presente en sus discursos como la inseguridad económica.

Insistir en que ellos pueden ser como el inmigrante recién llegado les recuerda la falta de protección en la que viven. El espejo funciona en un doble sentido. Por un lado, implica que el de fuera puede ser como ellos, estar en su posición, quizás ocupar su lugar. Pero sobre todo implica que ellos pueden verse allí, empujados fuera, a la intemperie, no sabiendo bien qué va a ser de ellos ni de sus hijos el día de mañana. Lo que



para los cosmopolitas es un mensaje inocuo, puede resultar para ellos amenazante.

¿Quiero eso decir que son contrarios a la emigración? En absoluto. “Que vengan, pero con un orden” podría ser la frase que resume su postura. Un orden quiere decir exactamente lo que dice: una distancia entre uno y otro, como la que se forma cuando se hace una cola para entrar a cualquier sitio, como cuando se habla de números ordinales. Es lo contrario de la amalgama y de la fusión.

Pues la distancia social es un elemento fundamental de la cohesión. Las personas no se sienten integradas por sus logros individuales –ni por ser seres humanos– sino por sus posiciones sociales: una posición es por definición algo separado, distinguible, de otra. Esa posición puede expresarse como “ser una buena vecina”, “ser un electricista competente”, “ser una persona mayor”, “ser de Vallecas de toda la vida”, o bien “ser español”. Implica que la gente no tiene que buscar respeto en un mercado desregulado y poco fiable, sino que existe un reconocimiento mutuo y a la par institucional de lo que uno tiene derecho a ser y a esperar por ello. En función de esa posición, “ser una

persona mayor”, no de un logro individual, le ceden a uno el asiento en el autobús o cobra una pensión.

El “yo soy tú” de la campaña anula la distancia y el régimen del respeto. Como los miembros de una clase obrera en crisis ya se sienten así, ese mensaje ahonda la herida mientras les hace sentir moralmente indignos por no aceptarlo y alegrarse. Les hace perder su posición y les señala como racistas, ellos que han incorporado sin quejarse a un número muy importante de recién llegados.

¿Cómo entonces acoger al de fuera? No olvidemos que ellos sí acogen al extranjero, puesto que conviven en barrios, colegios y trabajos, en trenes de cercanías y en parques y en oficinas de servicios sociales. “¿Cómo puedo ser hospitalario si no tengo casa?” Ese sería el resumen del sentimiento que provoca ese mensaje.

Por lo tanto, lo que empieza siendo una frase bien intencionada es inane para unos –los cosmopolitas– e incómoda y amenazante para otros, las clases populares.





## 1.3. Los inmigrantes son personas

Es frecuente que en las campañas aparezca el inmigrante o refugiado como un personaje único, suelto, por así decirlo. Rara vez se presenta una familia amplia o un grupo. Se insiste en la individualidad del que llega, su decisión y deseo de “buscarse la vida” y prosperar. Se muestra a la persona, que tiene un nombre y un pasado. A menudo se cuenta su historia, sus aventuras y los hechos de su viaje hasta llegar a España e integrarse en su nueva vida.

La intención es clara: frente a las imágenes que aparecen en las noticias de cientos de personas esperando en la frontera para pasar al otro lado, o de un grupo de jóvenes africanos saltando la valla de Melilla, o de las pateras llegando a las costas; frente a los números inauditos de desplazados o refugiados en el mundo, frente a los conceptos amenazantes de “oleada” o “avalancha”, y frente a la despersonalización racista que alude a los “menas” o a los “moros”, la comunicación institucional individualiza al inmigrante para limitar o mitigar ese presunto miedo en la población de acogida. Además, individualizar es la única manera de que funcione la primera estrategia, la identificación.

Por lo tanto, nos encontramos con la estrategia número dos que tiene una doble lectura. La primera es presentar a un individuo y eliminar la amenaza del número y cualquier imaginario de “invasión”; la segunda es insistir en la “común humanidad”. El inmigrante o refugiado al que vemos o que nos habla desde la pantalla o el cartel tiene una historia, una biografía, no es masa ni multitud, sino uno y singular. De esta manera, implícitamente, la campaña nos dice que si les conociéramos, perderíamos el miedo o el odio que sentimos.

Solo vemos que es negro, que es pobre, que es musulmán, que ha llegado ilegalmente, “porque no lo conocemos”. Si no, veríamos que habla español, que le gusta el fútbol, que canta como los ángeles, que su madre tiene nombre, y que sueña con hacer una formación profesional. Nada amenazante. Numerosas campañas hacen esa operación: mostrarnos la verdad de un ser humano que va más allá de sus diferencias de raza o de origen.

Así, en el espacio comunicativo, encontramos unos medios que describen lo que es noticia sin ningún contexto: el salto, la llegada masiva, la petición de refugio en los lindes de Europa; y por otro lado, escuchamos las campañas institucionales que individualizan a personas únicas y singulares, también sin contexto, como si vinieran de una en una de manera totalmente individualizada. Sin movimientos migratorios, sin redes de parientes, sin patrones de la emigración, sin explicaciones que harían mucho más comprensible el hecho migratorio y pondrían su número en dimensiones realistas, preparando a las sociedades para asumir la continuidad histórica del fenómeno en lugar de la irrupción permanente y el susto de la “llegada”.

La personalización del inmigrante es además una estrategia muy frecuente en los discursos sociales. La famosa frase “yo no veo un negro, veo una persona”, o “tengo un cliente que es rumano y es una persona educadísima” se repite en numerosas entrevistas. ¿En cuáles? No precisamente en los cosmopolitas y la clase obrera en crisis. Los cosmopolitas no necesitan individualizar, puesto que la emigración en abstracto no les amenaza y porque ideológicamente están a favor de la misma. La clase obrera no necesita “tener amigos de fuera”



ni se sorprende por la educación o cultura de un inmigrante dado, porque convive diariamente con ellos y no necesita distinguir ni idealizar a nadie. Son, como se dijo, sus vecinos y los compañeros de sus hijos, para bien y para mal.

En el estudio realizado, destacaba un grupo importante que llamamos "los aislados". Personas que no pertenecen a la clase cosmopolita pero tampoco a la obrera, ni ascendente ni en crisis, y que se rigen por su propia visión del mundo. Como su identidad social es frágil al estar aislada, se sienten amenazados o poco respetados por todo aquello que escapa a su control. Este sentimiento de no ser suficientemente valorados como individuos singulares, se traduce a menudo en fantasías de hostilidad, en las cuales su barrio, su nación, están amenazados y heridos de muerte por la inmigración. Los delirios de ruina son compartidos en redes sociales, siendo este grupo el que alimenta con más pasión los rumores y las críticas a los emigrantes, que se llevan las ayudas, son delincuentes, machistas, o hacen la vida imposible a los que tienen la mala suerte de ser sus vecinos.

Ellos, que transmiten y viven entre fantasías de invasión, replazo cultural y desplazamiento de los españoles, hablan al mismo tiempo de "personas". Una vez más los mensajes tienen doble filo: al personalizar al emigrante, la comunicación institucional pretende eliminar el miedo a la masa y la crueldad hacia la masa. Pero al dar ese paso, al separar al inmigrante de todo grupo más amplio, lo hacemos también más vulnerable. Una persona sola, sin redes, sin cultura, no da miedo, pero tampoco es respetada. Si es una persona, siempre cabe añadir que es "solo una persona".

Como veremos en la estrategia número cinco, *Los inmigrantes vienen sin cultura*, este mensaje puede ser más peligroso que positivo. Los aislados lo usan porque lo que envidian, más que temen, del de fuera es que precisamente "no está aislado", tiene un grupo, una identidad, una etnia, una pertenencia clara o imaginada. Desposeerlo de ella es una manera de sentirse superior puesto que el aislado al menos "es español". No es "solo una persona", sino que tiene una nación que lo respalda y lo hace merecedor de respeto y de protección. Ser solo una persona es, de hecho, aterrador, como veremos más adelante. Aplicarlo al inmigrante lo deja desvalido y lo convierte en objeto de cualquier mal trato.



## 1.4. Los inmigrantes son cosmopolitas

Pero, ¿qué clase de personas son los inmigrantes? A juzgar por los mensajes y las campañas, son sobre todo guapos. Se dirá que eso sucede en la publicidad en general, y es cierto, pero se supone que las campañas institucionales anti racistas no quieren vendernos nada, sino abrirnos los ojos sobre una realidad.

Si observamos campañas como la de la UNESCO de la foto<sup>3</sup>, veremos que lo feo es ser racista. Las personas bellas, interesantes, triunfadoras en sus profesiones, nos recuerdan que hay que defender los derechos humanos, interesarse por las otras culturas, respetar las diferencias que enriquecen nuestro mundo social. Existen el racismo y la discriminación, pero son cosas de personas o grupos atrasados y poco cultivados. Podríamos resumirlo completando el lema de la estrategia número tres: *los inmigrantes son cosmopolitas, los racistas no lo son*.

La campaña invita al público a informarse, a conocer al otro, a leer. Asume que el racismo puede corregirse con educación, que es un fallo pedagógico, y que las personas que les escuchan querrían ser como ellos. No hay duda de que todos querríamos ser como ellos, pero no es evidente que la distancia social y la falta total de conflicto sean el camino para que la gente se identifique con esos mensajes. Más bien muchas personas sentirán vergüenza por sus sentimientos poco eleva-

**3 Unidos contra el racismo.** Campaña de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). 2020. <https://www.europapress.es/epsocial/cooperacion-desarrollo/noticia-unesco-re-une-personalidades-destacadas-lucha-contra-discriminacion-unidos-contra-racismo-20200805165018.html>



dos, sus prejuicios, sus temores, como si no tuvieran derecho a sentir malestar por el cambio en sus barrios o en sus vidas. Esa vergüenza les llevará quizás a no expresar en público sus ideas, pero no dejarán de sentirlas, quizás de manera más aislada o buscando en el anonimato su expresión. Acalladas, se podrán teñir de vergüenza y de envidia, quizás de odio. Todos los que no son cosmopolitas, es decir, todos los que no pueden tener vidas privadas seguras y satisfactorias en un mundo internacional abierto, se sentirán indiferentes ante ese discurso tan lejano, o se sentirán ofendidos.

Pero cosmopolitas no son solo los que defienden la inmigración y la multiculturalidad, sino los propios inmigrantes. Ya hemos visto que son iguales a nosotros y que son personas. Además, debemos añadir que son cosmopolitas.



En muchas campañas se presentan inmigrantes no solo “integrados”, sino integrados en la cultura cosmopolita. ¿Qué quiere decir esto? Básicamente que son personas que han escapado de las culturas locales, nacionales, religiosas, étnicas, para emprender itinerarios individuales en una sociedad internacional abierta, con el fin de buscar la movilidad social sin renunciar a la felicidad individual. Son ejemplos perfectos de la moral cosmopolita que es, no lo olvidemos, el discurso dominante de la época.

No solo están integrados, sino que encarnan esa fantasía cosmopolita. No forman parte de la corriente de la historia, de un fenómeno demográfico, como todos, sino que han sabido escapar de los condicionantes culturales para abrirse camino en un mundo sin fronteras.

Es el caso de J. que ha montado un restaurante cooperativa en Lavapiés, un barrio multicultural del centro de Madrid, que expresa su disgusto sobre el hecho de que algunos clientes pidan hablar con el encargado, incapaces de captar que ese joven negro es el jefe<sup>4</sup>. Es un hombre guapo y elegante, y no solo vive en un barrio multicultural vibrante, sino que su restaurante es vegano y moderno. Ni rastro de una cultura local que nos haga sentir que su singularidad es profunda o sus ideas ajenas. Como cosmopolita que es, lo que aporta es un mundo más original y más colorido, con nuevos sabores y olores, platos originales y prácticas culturales menores, que no chocan a nadie. Nada de religión, ni de parentescos o costumbres matrimoniales extrañas, nada de una visión del mundo ajena. Nada de cultura. Como veremos en el siguiente lugar común, el emigrante de las campañas es una persona igual a nosotros y sin cultura propia.



---

<sup>4</sup> **El Jefe.** Cortometraje de la Campaña de Prevención del racismo y la xenofobia del distrito de Chamartín (Madrid). 2018

## 1.5. Los inmigrantes vienen sin cultura

La cuarta estrategia consiste en descafeinar la cultura. ¿Quién dijo que alguna vez haya existido un conflicto cultural? Si todos ponemos de nuestra parte, es decir, rebajamos un poco nuestras costumbres ancestrales, podemos convivir perfectamente en la ciudad. Así, en los mensajes y en las campañas, todo es compatible, puesto que lo que se presenta como cultura del otro consiste, como se dijo, en hábitos superficiales que afectan al hablar, al vestir, a la comida, a las fiestas, a algunas costumbres exóticas<sup>5</sup>.



Conocer al otro parece fácil, puesto que basta con organizar comidas multiculturales y clases de baile. Curiosamente esto no se aplica a la única minoría cultural que lleva años conviviendo con la mayoría en España, una población gitana cuya cultura propia es incluso exagerada para poner el acento en

<sup>5</sup> *Campaña contra el Racismo y la Xenofobia en Aragón*. Gobierno de Aragón. 2020 <https://www.aragon.es/-/campana-contra-el-racismo-y-la-xenofobia-2020->

la diferencia y en la distancia que separa a unos y otros. En el caso de los gitanos, nunca se habla de vocabulario, de comidas ni de bailes, que han sido asimilados como propios hace tiempo, sino que se señala como incompatible y problemático el núcleo mismo de lo cultural: las prácticas matrimoniales y familiares, la sexualidad, la relación entre los géneros, la religión, los valores ante la vida, etc.

En realidad, las culturas tienen fronteras poco porosas y compiten o entran en conflicto. Sucede así con la estructura del parentesco, con la sexualidad o con la religión. Sólo dejando esos rasgos fuertes apartados podemos suponer que no hay conflicto ni competencia. Es decir, solo convirtiendo al emigrante en una persona que viaja sola, y que ha dejado atrás su cultura para abrazar el cosmopolitismo, nos evitamos pensar en los dilemas verdaderos de la convivencia. A veces estalla alguno de esos dilemas, cuando se tocan valores que la mayoría autóctona considera intocables, la escolarización de las niñas, el matrimonio libre y exogámico, etc.

En esta visión que transmiten a menudo las campañas, hay al menos dos problemas, dos temas ocultos por así decirlo. El primero tiene que ver con la estrategia anterior. Los inmigrantes no tienen cultura porque son cosmopolitas. En la inmigración hay sin duda mucho de eso: las personas que viajan son a menudo más aventureras que otras, afrontan el desarraigo, y sin duda se individualizan, si no al partir, sí al llegar. Son muchas las rupturas familiares, culturales, hasta sentimentales, que el propio proceso migratorio genera. Además, adoptan rápidamente las normas y culturas locales, en relación con el número de hijos por ejemplo, o con una mayor igualdad entre hombres y mujeres, sobre todo si llegan a regiones igua-



litaristas –según la diferencia que establece el historiador y demógrafo Emmanuel Todd– que facilitan esa forma de asimilación<sup>6</sup>.

El problema está en pensar que el cosmopolitismo no es una cultura. Para los que abrazan esta moral que, como hemos dicho, es hegemónica, ser cosmopolita consiste sobre todo en dejar atrás toda cultura del pasado y toda tradición o institución que impida la movilidad y la realización individuales. Pero esta posición sí es una cultura; es la cultura del nuevo capitalismo, en palabras del sociólogo Sennet<sup>7</sup>. Una cultura con su idea del tiempo y del espacio, del valor de las cosas, de la buena y mala vida, de las prácticas adecuadas en la forma de amar, de criar a los hijos, de cuidar a los padres, etc. Con su idea del amor y de la muerte. Una cultura de individuos que priman las vidas privadas, sin duda, lo que dificulta verlo como un sentido colectivo.

Al ser la cultura históricamente ganadora, no se ve a sí misma y se propone como neutral y universal, un deber ser que todos abrazarían si no estuvieran oprimidos por culturas y religiones del pasado. El filósofo Žižek habla de esto mismo cuando discute el pensamiento multiculturalista<sup>8</sup>.

*“El multiculturalismo es un racismo que ha vaciado su propia posición de todo contenido positivo (el multiculturalista no es directamente racista, por cuanto no contrapone al Otro los valores particulares de su cultura), pero, no obstante, mantiene esa posición en cuanto privilegiado punto hueco de universalidad desde el que se puede apreciar (o despreciar) las otras culturas”.*

<sup>6</sup> Todd, E. (1996): *El destino de los inmigrantes: asimilación y segregación en las democracias occidentales*. Barcelona, Tusquets.

<sup>7</sup> Sennet, R. (2006): *La cultura del nuevo capitalismo*, Barcelona, Anagrama.

<sup>8</sup> Žižek, S. (2010): *En defensa de la intolerancia*, Madrid, Diario Público.

Por lo tanto, desde una posición que se presume neutra, el pensamiento cosmopolita rechaza todo límite a la libertad individual y toda costumbre inserta en mundos que ya no existen, rural, por ejemplo: desde los toros hasta el matrimonio entre primos; desde las amas de casa hasta la fe católica. Incluso la familia o el género binario aparecen como lastres del pasado. Su aceptación de las otras culturas no es ni más ni menos tolerante que la del resto de las culturas humanas: mientras no limite u ofenda la propia, son bienvenidas. Pero la menor amenaza a esa promesa de movilidad individual, por ejemplo la obligación de compartir colegio con personas de otra etnia o clase social, es rechazada con vehemencia.

El hecho de que este pensamiento y esta ética colaboren con el avance del mercado como única instancia respetable y reguladora no es asunto de este artículo, pero sí de la resistencia de algunos grupos y barrios ante el avance del pensamiento cosmopolita, como veremos más adelante.

Sí es más importante la segunda parte del argumento oculto en el mensaje. Si los extranjeros no tienen cultura propia, ¿qué son? Una vez más la respuesta es: “seres humanos” o más bien “sólo seres humanos”. Pero como se dijo más arriba, ser solo humano no es muy reconfortante en nuestro mundo.

Para empezar, todos y sobre todo los que no están arriba de la jerarquía social, necesitan un lugar, una posición que les sujete y de sentido a su vida. Ese lugar es su identidad “pública” que no tiene nada que ver con ser un humano sino, como se dijo, con ser algo en relación con otros y dentro de la estructura social.

Al desnudar al emigrante de toda identidad pública, lo ponemos en peligro. Al insistir en que es un ser humano, lo llevamos al único espacio donde eso tiene sentido, la vida privada,



la intimidad. Cuando compartimos la intimidad con alguien, en la familia, la paternidad, el amor, esa persona para nosotros es solo un ser humano y no importa su función ni su posición social. De hecho su rasgo más humano, el cuerpo, sus necesidades, su belleza, su enfermedad, se vuelven centrales en la vida íntima. Ese lugar es el lugar del amor, pero también de la violencia. Ser solo un cuerpo es no tener defensas públicas, no tener distancia con el otro, estar a merced de la buena voluntad, del amor del otro. Esa es la posición de la infancia en nuestra sociedad. Era la posición de las mujeres y aún lo es en muchos lugares y en muchos hogares. Sabemos a qué extremos de violencia conyugal lleva el ser convertida en solo un ser un humano, es decir, un ser sin poder ni identidad en la esfera pública.

Toda violencia política comienza convirtiendo al otro en solo un ser humano, es decir negándole su estatus civil, su ciudadanía, su posición. Hannah Arendt explica en su análisis del nacimiento del totalitarismo, la situación en la que quedaron los apátridas en la Europa de entre guerras<sup>9</sup>:

*“El ser humano que ha perdido su lugar en una comunidad, su estatus político en la lucha de su época y su personalidad legal que hace de sus acciones y de parte de su destino un conjunto coherente, queda abandonado con aquellas cualidades que normalmente solo pueden destacar en la esfera de la vida privada y que deben permanecer indiferenciadas, simple existencia, en todas las cuestiones de carácter público (...)*

*Desde los griegos sabemos que una vida política muy evolucionada alberga una enraizada suspicacia hacia esta esfera privada, una profunda hostilidad hacia el inquietante milagro contenido en el hecho de que cada uno de nosotros esté hecho como es –singular, único, incambiable. Toda esta esfera de lo simplemente otorgado, relegada a la vida privada en la sociedad civilizada, constituye una amenaza permanente a la esfera pública porque está tan consecuentemente basada en la ley de la igualdad como la esfera privada está basada en la ley de la diferencia y de la diferenciación universales.*

*La igualdad, en contraste con todo lo que está implicado en la simple existencia, no nos es otorgada, sino que es el resultado de la organización humana, en tanto que resulta guiada por el principio de la justicia. No nacemos iguales; llegamos a ser iguales como miembros de un grupo por la fuerza de nuestra decisión de concedernos mutuamente derechos iguales”.*

El “desnudo social” de los inmigrantes en numerosas campañas los muestra y los hace desvalidos. Los seres sociales llevamos ropa y ropajes, marcas de estatus, y nos respetamos unos a otros por nuestros rasgos civiles, profesionales, por nuestro poder y por nuestra posición. El resto es el universo del amor, y es mucho pedir que se ame al extraño. De hecho solo un pensamiento religioso es capaz de presuponer y activar una igualdad de nacimiento, al ser todos hijos de Dios. Ante una instancia superior, esa igualdad desnuda puede existir, como existe entre hermanos. Pero en un pensamiento y sociedad laica, sin instancia moral superior, solo podemos otorgarnos valor y respeto unos a otros. Y para eso necesitamos distancia y posición.

<sup>9</sup> Arendt, H. (2009): *Los orígenes del autoritarismo*, Madrid, Alianza Editorial.





## 1.6. Los inmigrantes son buenas personas

Las personas que vienen, además de venir de una en una, y no cargar con otra cultura que la cosmopolita, son buenas personas. Nuestros prejuicios no nos permiten verlo, pero muchos mensajes y pequeñas historias didácticas nos lo recuerdan<sup>10</sup>.



Una joven sale de un bar y ve que un hombre, de indefinido aspecto extranjero, la sigue. Se apresura, cada vez más nerviosa, hasta que el hombre la alcanza, la hace pararse y le entrega su bolso que se ha dejado en el bar del que acaba de salir. Damos por hecho el peligro del otro, nos dicen, y eso nos hace apartarnos y tratar con desconfianza a quien de hecho tiene las mejores intenciones. Si les conociéramos, lo

<sup>10</sup> *De qué color es el miedo*. Vídeo contra el racismo de la Fundación Atenea. 2018. <https://www.youtube.com/watch?v=FCJBEmqzBBw>

sabríamos, de ahí la insistencia de muchas campañas en la necesaria apertura al otro, en el conocimiento y el contacto, en la amistad incluso, para deshacer prejuicios y crear confianza. Si el discurso de odio repite en redes y en barras de bar que todos vienen a robar, los mensajes institucionales y de las entidades anti racistas insisten en lo contrario: vienen a trabajar, cumplen las leyes, cuidan a nuestros mayores, y a veces se lanzan al agua a salvar a una persona que se ahoga.

Esta espiral moral –son malos, son buenos–, forma parte, una vez más, del ámbito privado. La condición civil, a diferencia de la condición religiosa, no entra en nuestras almas ni se preocupa de nuestras conciencias. Si cumplimos las leyes, nuestras intenciones y la oscuridad o claridad de nuestros corazones, son indiferentes.

Solo de los niños se dice si son buenos o malos. De los demás importa, fuera de las relaciones privadas, si hacen bien su trabajo, si conducen a la velocidad legal, si pagan sus impuestos. No estamos obligados a ser buenos. Esa es la base de las democracias liberales frente a cualquier sociedad dominada por la religión.

Por lo tanto, una vez más, no hay que amar al inmigrante o tener amigos gitanos, solo respetar su posición social y sus derechos civiles. Para ello, hay que empezar por darles un estatus civil, facilitando los papeles, la ciudadanía, la nacionalización y en general todas las defensas que el derecho otorga frente a la tiranía del amor.





## 1.7. No existen los conflictos con la inmigración

Si no hay culturas, solo personas, que además son buenas, no hay conflicto social ni cultural. Todos somos un "nosotros". Quien se atreve a decir que no es así, que de hecho hay dilemas y discusiones y problemas morales y coyunturas difíciles de resolver, es tachado de intolerante o de racista.

Ese acallamiento del conflicto en los mensajes y en las campañas institucionales es notable. Es raro que se presente alguna situación complicada o sin fácil solución, y se cuente su desenlace o al menos se deje expresar a los protagonistas su desconcierto. Todo es siempre sencillo de resolver con buenas intenciones y comunicación humana.

Pero en los bloques de apartamentos, en las calles, en los bares, en los colegios de las ciudades y pueblos, se producen de hecho conflictos. Muchos son conflictos de convivencia que se daban también cuando la población era homogénea. Solo que entonces el "nosotros" era una vivencia clara y sostenía a los barrios. En la epidemia de la heroína de los ochenta, en un barrio como Vallecas, eran "nuestros" jóvenes los que sufrían, aunque también eran los que robaban bolsos. El sentimiento de unidad no se rompió ni llevó a la mayoría a pedir la encarcelación o la expulsión de los jóvenes adictos, sino su tratamiento y cuidado. Ahora, en los conflictos por el espacio público o por las ayudas sociales, se enfrentan grupos heterogéneos que a menudo no han tenido tiempo para crear un cultura común, de barrio o clase.

Y se producen conflictos culturales de distinta intensidad que se resuelven allí donde se puede, a menudo en las aulas de los colegios públicos o en los comercios locales que moderan y sostienen la confianza entre extraños.

En el estudio realizado en Vallecas, se describió un perfil social, las tejedoras, que son las encargadas, sin saberlo, de asumir y resolver el conflicto. No porque tengan una especial habilidad o sean moralmente superiores, sino porque han renunciado al sueño cosmopolita de una vida libre del peso de la comunidad o de la carga de las culturas locales. También han dejado atrás la melancolía de la clase obrera que ve su mundo desaparecer sin que otro futuro parezca prometedor. Las sucesivas crisis económicas han hecho comprender a las tejedoras que el mercado como dador de estatus y de posición no es de fiar y que deben otorgarse reconocimiento unas a otras, sin preguntar de donde viene cada uno.

No tienen nostalgia ni esperanza, sino que han adoptado una moral ascética de la acción. Saben que sus hijos y sus barrios saldrán adelante si todos colaboran, ya no como un barrio culturalmente homogéneo ni como una clase obrera solidaria, sino como individuos perdidos que se empeñan en mejorar los espacios donde se encuentran: los coles, las calles, los parques, las parroquias, las esferas de la vida común. Luchan contra el aislamiento y la desmoralización que son los fantasmas que recorren hoy los barrios de Europa. Se quedan en los espacios comunes y no huyen de los conflictos que se presentan a cada paso.

Por lo tanto, reconocen la diferencia del otro y pueden discutirla sin convertirlo en un impasse cultural. Los conflictos se resuelven uno a uno, parecen decir. Si el parque está sucio, lo limpian, si el colegio tiene dificultades, colaboran y protestan, si les molesta la música que han traído los americanos, relegando el rock de su barrio, asumen que cualquier costumbre es bienvenida, aunque sea detestable, porque renueva los la-



zos de la cultura popular e irrita a los bien pensantes. Muchos son hijos de la contracultura y no creen en la caída social, porque no creen en el ascenso social. Eso es el ascetismo. Otras son vecinas que han decidido que no quieren luchar “solo” por sus propios hijos. Como explica la afamada dueña de un bar, burlándose de los nuevos residentes que vienen del centro: “Esto no es una zona residencial, esto es un barrio, y en un barrio hay bronca”.

Dentro del conflicto, están también los comentarios y actitudes racistas. Precisamente porque estas personas tejedoras se quedan y sujetan los barrios, abren espacios donde es posible

expresar el descontento o el desconcierto ante los recién llegados: esos jóvenes que beben en la plaza, o esos comercios que no son los de antes. Como veremos, los comentarios, los prejuicios, los rumores hostiles se dirimen y se moderan en una plaza donde todo el mundo tiene derecho a mostrarse indignado. Cuando alguien se pasa mucho, otra persona le pondrá los pies en la tierra, o le llevará la contraria o le vacilará, de manera que ese malestar social no se acumula ni se convierte en fantasía o en delirio. Frente al aislamiento y la desmoralización, que son el combustible del fanatismo, oponen la acción –que siempre alegra– y la incesante discusión de los dilemas de la vida en común.



## 1.8. El racismo es una postura individual y se basa en la ignorancia

Contrariamente a esta idea, hemos visto que lo que llamamos racismo depende de las posiciones sociales. Llevar a tu hijo a un colegio “que no es un gueto”, supone llamar gueto al colegio al que van los gitanos o los inmigrantes y dar por hecho que “bajan el nivel”. Esto es sin duda una actitud racista, aunque nunca se exprese así. Como esa decisión entra en el marco de una cultura cosmopolita, en la que se asume sin crítica que debemos preparar a los hijos para competir en un mercado global, nadie lo pondrá en duda, y menos que nadie las autoridades educativas, empeñadas en salvaguardar la libre elección de los padres sobre cualquier criterio de equidad.

Por el contrario cuando las personas piden que se refuerce con limpieza, con ayudas o con policía aquellos barrios que sostienen un uso muy intenso y heterogéneo del espacio público, es frecuente que se les nombre como racistas o se les suponga contrarios a la emigración. Los discursos que ponen la protección y el orden por delante de la libertad individual no son necesariamente autoritarios ni reaccionarios, pero sí son poco cosmopolitas y por lo tanto se los coloca a menudo del lado del racismo.

Como hemos visto, cuando las personas piden orden están expresando el malestar por la crisis moral y económica, pero rechazar o despreciar esa petición puede llevarles a una ma-

yor melancolía y enfado. Considerar que hay que educarlos en la convivencia, cuando son ellos los que conviven y asumen los dilemas de la diversidad, resulta casi ofensivo.

Si entendemos el racismo como una postura personal e ideológica, entenderemos la acción comunicativa como una pedagogía, que debe educar al pueblo en las actitudes correctas. Pero ya hemos visto que no hay actitudes correctas, sino posiciones que tienen sentido en relación con la estructura social. Los barrios populares de las ciudades sostienen la integración de los recién llegados y lo hacen de dos maneras: sintiéndose poco respetados y sin suficientes apoyos públicos, lo que lleva a la desmoralización y al enfado; o bien asumiendo que la labor de convivir día a día es la única acción posible contra esa desmoralización.

Ambas tienen sentido. Se trata de ver, con acciones y con políticas, cuál gana la partida. Porque las tejedoras son una minoría y necesitan esferas públicas donde actuar. **Si los comercios de los barrios populares cierran por falta de apoyos, no habrá donde discutir los dilemas de la convivencia.** Lo mismo puede decirse de las viviendas, los colegios, los servicios sociales. Por lo tanto, entre estas dos posturas hay solo un paso y depende de las condiciones materiales y de las políticas estructurales. Invertir en los espacios comunes y reforzar las esferas públicas es mucho más importante que hacer pedagogía.



## 1.9. Hay que luchar contra el racismo con información

¿Queremos entonces decir que no hay personas racistas, solo posiciones en la estructura social? En el estudio citado, que es la base de esta reflexión, escuchamos comentarios y argumentos agresivamente racistas, donde el extranjero era la causa de todos los males del barrio y de la nación.

Vimos que la acción comunicativa de los aislados es intensa: de hecho están híper conectados a redes que alimentan un enfado permanente y una crítica feroz al estado actual de nuestras ciudades: *"España se hunde"*. Además ese discurso ha dejado de ser casi clandestino para salir a la luz, ganar poder y audiencia, no solo por la extensión de las redes sociales, sino también por su irrupción en la discusión política. Tildar de delincuente a un menor inmigrante sin familia y declarar que recibe más ayudas que una tierna abuelita es un acto de comunicación racista totalmente desvergonzado.

Por ello mismo hay que acertar más en la comunicación que las instituciones y las entidades de defensa de los derechos de los inmigrantes o refugiados producen. La idea que subyace en este "lugar común" es que es necesario entrar en el juego de los que construyen noticias falsas y combatir en su terreno con la verdad<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> *Piensa mal y no acertarás*. Campaña contra los rumores. ONG CIC Batá. 2018.



El problema es que los aislados rechazan deliberadamente los datos veraces porque no quieren oírlos. No les interesan lo más mínimo. Detestan el discurso cosmopolita que llaman "progre", como detestan el discurso contracultural y la moral tejedora. Solo les interesa su fantasía porque satisface su herida narcisista y les hace sentirse fuertes, e irresponsables, frente a las dificultades de la vida social.

Si esto es así, ¿acaso no hay que combatir los rumores? Creemos que hay tres aspectos diferentes en esta pregunta.

En primer lugar, lo que hay que combatir es el aislamiento. Es decir, hay que facilitar que todas las personas que luchan contra la atomización social encuentren apoyo y refuerzo. **Todas las políticas públicas –residenciales, de espacio público,**



escolares– llevan años tendiendo a fortalecer la esfera privada y las vidas privadas, dejando lo público como residual o conflictivo. Invertir esta tendencia es la mayor apuesta anti racista que podemos llevar a cabo.

En segundo lugar, hay que entender que las instituciones y las entidades deben establecer y mantener con firmeza el discurso favorable a la igualdad y derechos de los inmigrantes, las leyes de protección internacional, las políticas de integración. En discursos y en acciones, estos principios son el marco de una sociedad democrática. Hay que decir, pero sobre todo hay que demostrar con hechos.

Los actos de racismo o discriminación institucional –como la desproporción de paradas de la policía a las personas con aspecto extranjero o racializado– son actos comunicativos mucho más potentes que las campañas. Y no hablan de igualdad, precisamente.

Además, la comunicación anti racista y la información veraz apoya a las personas y grupos que defienden una sociedad diversa, ofreciéndoles un respaldo institucional cuando luchan contra la desmoralización o abordan los conflictos. Hacerles sentir que están actuando bien y que sus esfuerzos tienen sentido forma parte de esa comunicación oficial.

En tercer lugar, cuando luchamos contra el discurso racista, hay que saber a quién nos dirigimos y con qué mensaje. Es esencial, para ello, entender que hay contradicciones entre los cosmopolitas y la clase obrera en crisis, como hemos visto. Y que un discurso de orden –que pide respeto a los esfuerzos por mantenerse a flote– no es lo mismo que un discurso de cierre de fronteras o de prioridad nacional. Si se tratan por igual, se amalgaman posiciones que no tienen nada que ver y se desmoraliza, una vez más, a los que no son racistas pero expresan un conflicto social o un sentimiento de abandono muy reales.



## 1.10. Los prejuicios y los rumores llevan a la violencia

Existe la idea, o al menos las campañas parecen mostrar este principio, de que hay una continuidad lógica entre el prejuicio, el rumor, la desconfianza y la discriminación. Por último aparecen el odio y la violencia. Los rumores serían el caldo de cultivo para los actos de violencia. Por lo tanto, hay que combatir la raíz, el prejuicio, para evitar males mayores. Pero no nos parece tan evidente esta lógica, puede ser incluso completamente discontinua. Combatir el prejuicio no llevaría pues a evitar el odio y la violencia.

Que la gente tenga prejuicios es sencillamente normal. Todos actuamos con tópicos, prejuicios y otros atajos del pensamiento. Nos da seguridad y nos descansa del agotador conocimiento del mundo. Superarlos, aprender, sorprenderse con los otros es una virtud de la ciudad moderna y de la escuela pública y debe ser favorecido simplemente con el encuentro y el conflicto.

Pero no tiene nada que ver con la violencia. Pensar que el conocimiento y la cercanía producen igualdad y paz es absurdo: la violencia contra las mujeres está ahí para mostrar cómo el conocimiento y el roce no impiden en absoluto su emergencia.

Incluso combatir el prejuicio y acallar el rumor social puede ser una manera de ocultar las corrientes de malestar social. Cuando la gente expresa su idea de que los inmigrantes se llevan las ayudas sociales, no está mintiendo ni le falta información, está expresando, una vez más, el temor a la caída social, la insuficiencia de las ayudas, los defectos graves en su cobertura, en sus condiciones de acceso, y otras realidades que las autoridades harían bien en escuchar.

Además, como hemos repetido en este artículo, hablar en comercios y en bares sobre los otros no solo no refuerza el odio sino que lo atempera. La esfera pública es una moderadora de los excesos discursivos y es pedagógica en sí misma. No da lecciones desde la autoridad sino que modula y matiza las historias que circulan y pone coto a los excesos y a los terrores.

El conflicto, discursivo o material, no solo no es violencia sino que probablemente sea su cura. Donde hay conflicto, hay fuerzas, sino iguales, al menos con capacidad para enfrentarse y responderse. En el aislamiento, puede crecer el fanatismo y prosperar el odio, que a su vez puede provocar ideas o actos violentos contra el culpable de todos los males que aquejan al sujeto aislado.

Por lo tanto, aunque las entidades y organizaciones deben seguir ofreciendo información veraz y sosteniendo con su discurso institucional el marco legal y democrático, también deben saber que al hacerlo refuerzan a las personas que ya creen en esos principios. Es difícil que afecten a quien vive en el odio.

Las campañas anti racistas deberían, a nuestro entender, revisar sus objetivos y poner el foco en quien necesita y precisa escuchar mensajes de respeto hacia los esfuerzos de la convivencia con toda su complejidad. También pueden reconocer y premiar la labor de quienes están sosteniendo colegios y barrios, mostrando que la integración de personas inmigrantes se sitúa más en la acción que en el discurso. En cuanto a los aislados, la verdadera política es luchar contra el aislamiento y dar más poder y más autoridad a las miles de personas que trabajan día a día a favor de la convivencia.



 <p>GOBIERNO DE ESPAÑA</p>	<p>MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES</p>	<p>SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES</p> <p>DIRECCIÓN GENERAL DE ATENCIÓN HUMANITARIA E INCLUSIÓN SOCIAL DE LA INMIGRACIÓN</p>
---	--	--



Cofinanciado por la Unión Europea