

EL ODIO VIRAL

Desinformación,

Noticias Falsas y

Discursos de Odio en Redes Sociales

contra la Población Extranjera en Chile





Publicado en 2025 por el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, UNHCR/ACNUR

© UNHCR/ACNUR 2025

Este documento está disponible en acceso abierto bajo la licencia Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/>).

Los términos empleados en esta publicación y la presentación de los datos que en ella aparecen no implican toma alguna de posición de parte de UNHCR/ACNUR en cuanto al estatuto jurídico de los países, territorios, ciudades o regiones ni respecto de sus autoridades, fronteras o límites. Las ideas y opiniones expresadas en esta obra son las de los autores y no reflejan necesariamente el punto de vista de la UNHCR/ACNUR ni comprometen a la Organización.

Especialista a cargo de la preparación del documento: ACNUR, ECHO, Universidad Carlos III de Madrid (Medi3Lab).

Ilustración de cubierta: ACNUR/SINPERMISO

ÍNDICE

Introducción [↙](#)
[Pág. - 04](#)

Metodología [↙](#)
[Pág. - 08](#)

Resultados [↙](#)
[Pág. - 11](#)

Escucha Social [↙](#)
[Pág. - 12](#)

Entrevistas
en Profundidad [↙](#)
[Pág. - 16](#)

Encuesta Nacional
(Agosto 2024) [↙](#)
[Pág. - 18](#)

Análisis de Medios [↙](#)
[Pág. - 23](#)

Experimento Social [↙](#)
[Pág. - 26](#)

Anexo Interno [↙](#)
[Pág. - 32](#)

INTRODUCCIÓN

Según los resultados del Censo de Población y Vivienda 2024, las **personas extranjeras representan el 8,8 % de la población total residente en Chile**, lo que equivale al doble de lo registrado en la medición anterior de 2017. Se estima que **existen en el país 1.608.650 personas provenientes de otros países**.

Este incremento ha cobrado una relevancia significativa en la atención de la ciudadanía, **reflejándose** en las **discusiones cotidianas** de los miembros de los barrios, en los **titulares de los medios** tradicionales, en **redes sociales** y en numerosos **contenidos masivos de internet**.

A medida que la población refugiada y migrante se ha integrado en la sociedad chilena, se han ido formando nuevas dinámicas sociales. Algunas de estas **dinámicas** son extremadamente **positivas**, como el **intercambio cultural** entre las personas extranjeras y locales, el aporte a la **movilización de la economía** y la contribución ante la escasez de profesionales, especialmente médicos, en el país. Sin embargo, también **han surgido aspectos sociales que requieren ocupación**, como los desafíos de convivencia en los barrios, especialmente los más vulnerables, la **constante criminalización** de las personas extranjeras en los medios de comunicación y en el discurso público, así como los **ataques xenófobos** contra la población refugiada y migrante. Estas situaciones han captado las preocupaciones de políticos, organismos internacionales, líderes sociales y medios de comunicación, y han relevado, más que nunca, la necesidad de desarrollar proyectos que promuevan la inclusión y la cohesión social.

La integración de estas comunidades es un proceso complejo y continuo, que requiere esfuerzos conjuntos y una visión inclusiva para construir una sociedad más diversa y enriquecida, creando un ambiente seguro para que estas personas puedan desarrollar sus vidas y, al mismo tiempo, contribuir a sus nuevas comunidades. En los últimos años, las percepciones sobre la movilidad humana han mostrado un aumento en las opiniones negativas, según los resultados de diversas encuestas de percepción pública. Estos **datos indican una tendencia desfavorable hacia la recepción de personas extranjeras en el país**. Este cambio en la percepción ha sido influenciado significativamente por la desinformación, la **proliferación de noticias falsas y los discursos negativos** que se difunden a través de las redes sociales y otros medios digitales, incluyendo plataformas de comunicación.

¿Hasta qué punto pueden los materiales difundidos en **redes sociales** y los **medios de comunicación** tradicionales moldear las **percepciones** de una sociedad sobre la **acogida** de **personas refugiadas**?

57,7 %

- De las **percepciones** en Chile sobre las personas refugiadas, migrantes y con necesidades de protección internacional, en redes sociales, **son negativas**.
- Siendo los **jóvenes** quienes muestran una **mayor tolerancia a personas refugiadas y migrantes**.

91,9 %

- De las personas **asocia migración con criminalidad**.



ACNUR, la Agencia de la ONU para los Refugiados, considera que **combatir la xenofobia y los discursos de odio es esencial para garantizar la protección de las personas refugiadas y aquellas en necesidad de protección internacional en el mundo**. Estos discursos no solo fomentan la discriminación y la exclusión social, sino que también pueden desencadenar violencia física y psicológica contra estas personas vulnerables que requieren protección. La xenofobia y el odio erosionan los valores de tolerancia, inclusión y diversidad, que son fundamentales para una sociedad justa y equitativa. Además, perpetúan estigmas y prejuicios que dificultan el acceso de las personas refugiadas y migrantes a derechos básicos como la educación, la salud y el empleo. En suma, la **xenofobia limita la capacidad que poseen las personas refugiadas y migrantes de integrarse y aportar a un país**.

Al combatir estos discursos negativos, se promueve un entorno más seguro y acogedor, donde las personas refugiadas pueden integrarse y contribuir positivamente a la sociedad chilena. La lucha contra la xenofobia y los discursos de odio también es una cuestión de derechos humanos. Las personas refugiadas han huido de situaciones de conflicto, persecución y violencia en busca de seguridad y dignidad. Al enfrentarse a la xenofobia en el país de acogida, se les niega la oportunidad de reconstruir sus vidas y de vivir en paz, además de volver a sentirse excluidos o discriminados tal y como en sus países de origen.

En respuesta a la problemática antes señalada, la Agencia de la ONU para los Refugiados (ACNUR), con el apoyo de la Dirección General de Protección Civil y Operaciones de Ayuda Humanitaria Europeas (ECHO), pusieron en marcha un proyecto piloto de dos años en Chile, en el marco de la Estrategia de Transformación Digital de ACNUR. La Universidad Carlos III de Madrid, a través de su prestigioso Medi3Lab, lideró la consultoría para llevar a cabo este proyecto.

Proyecto Piloto

«Una nueva capacidad para entender, mitigar y ayudar a prevenir el impacto dañino de la desinformación, y el discurso de odio en las plataformas digitales sobre la protección y el desplazamiento dentro del sector humanitario»

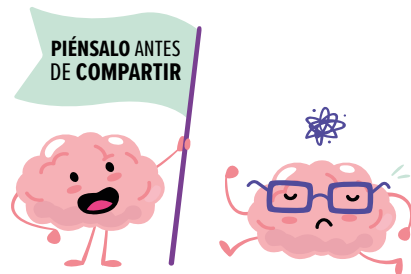
El objetivo general del proyecto fue, en primer lugar, **comprender el impacto negativo que la desinformación y el discurso de odio en las redes sociales genera en los procesos de integración de las personas refugiadas, migrantes y sus comunidades**, así como también en la labor de las organizaciones humanitarias

en general, incluyendo el trabajo de ACNUR en Chile. Para lograr este objetivo, el proyecto se enfocó en proporcionar una **comprensión clara de cómo se manifiestan la desinformación y el discurso de odio en las plataformas digitales** en Chile y su impacto fuera de línea en las vidas de las personas refugiadas y migrantes, así como en el trabajo, la reputación y el espacio de protección de ACNUR y otras agencias humanitarias. Adicionalmente, el proyecto buscó **delimitar una estrategia, con consejos simples**, para que las organizaciones de derechos humanos y las entidades interesadas puedan contribuir a **mitigar y reducir los discursos de odio** en las redes sociales.

El proyecto utilizó diversas herramientas para alcanzar sus objetivos, incluyendo el monitoreo de prensa, el monitoreo de Escucha Social y la realización de Entrevistas en Profundidad y Encuestas. Asimismo, el equipo de trabajo de la Universidad Carlos III de Madrid realizó **tres misiones en terreno**, específicamente a las ciudades de **Santiago, Iquique y Arica**, con la finalidad de **realizar Entrevistas en Profundidad** que permitieran complementar la investigación.

En resumen, el proyecto piloto de desinformación y discurso de odio en Chile buscó abordar de manera integral los **desafíos** que enfrentan las personas refugiadas y migrantes en el país debido a la **proliferación de información falsa y discursos hostiles en las plataformas digitales**. A través de una combinación de investigación, monitoreo, capacitación y desarrollo de estrategias de comunicación, el proyecto tuvo como objetivo mejorar la protección y la integración de estas poblaciones vulnerables y en necesidad de protección internacional, así como fortalecer la efectividad del trabajo de las organizaciones humanitarias, enfocadas en la movilidad humana, en Chile.

Este informe presenta un resumen de los resultados obtenidos a lo largo de dos años de proyecto.



METODOLOGÍA



Para alcanzar los objetivos del estudio, se emplearon varias metodologías complementarias:

1. Escucha Social

- Se utilizó la **herramienta Meltwater** para **analizar las conversaciones en redes sociales** y capturar el **sentimiento general** hacia las personas refugiadas y migrantes en Chile. Este análisis permitió identificar las percepciones predominantes y los temas más discutidos en el ámbito digital.

2. Análisis de Medios Tradicionales

- Se evaluó la **cobertura mediática en prensa, televisión y radio** para entender cómo se representan los temas relacionados con la movilidad humana, el desplazamiento forzado y el mandato de las organizaciones humanitarias. Este análisis incluyó la identificación de tendencias y patrones en la cobertura de noticias.

3. Encuestas

- Se realizó una **encuesta a una muestra representativa de la población chilena usuaria de redes sociales**. Las encuestas incluyeron preguntas sobre actitudes, percepciones y comportamientos hacia las personas refugiadas y migrantes, así como sobre la exposición a discursos de odio y desinformación.





4. Entrevistas en Profundidad

- Se llevaron a cabo **entrevistas con representantes de diversos sectores, incluyendo la sociedad civil, académicos, personal de Naciones Unidas, periodistas y comunicadores, autoridades locales y nacionales**. Estas entrevistas proporcionaron una visión cualitativa y detallada de las percepciones y desafíos relacionados con la movilidad humana y el trabajo de las organizaciones humanitarias en Chile.

5. Análisis de Desinformación y Discurso de Odio:

- Se monitorearon las redes sociales y los medios tradicionales para **identificar y analizar los mensajes de desinformación y discurso de odio**. Este análisis incluyó la evaluación de la frecuencia, el contenido y el impacto de estos mensajes en la percepción pública.

En conjunto, estas **metodologías permitieron obtener una comprensión integral y multifacética** de los desafíos que enfrentan las personas refugiadas y migrantes en Chile. Los resultados de este estudio proporcionan una base, que requiere ser actualizada cada cierto tiempo, para desarrollar estrategias efectivas de comunicación y sensibilización, con el **objetivo de mejorar la percepción pública y promover una sociedad más inclusiva y respetuosa**, en donde las **personas forzadas a huir puedan encontrar la protección que tanto ansían para sus vidas**.

000

RESULTADOS



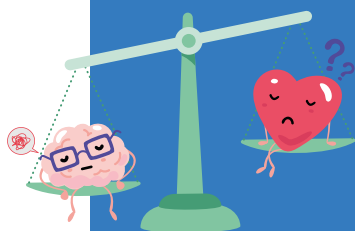
ESCUCHA SOCIAL

El análisis de Escucha Social se llevó a cabo utilizando la herramienta Meltwater, cubriendo el período del 1 de enero al 31 de agosto de 2024. Durante este tiempo, se monitorearon diversas plataformas de redes sociales, incluyendo X (anteriormente Twitter), Instagram, TikTok, Facebook y YouTube, para identificar las tendencias y percepciones públicas sobre la población refugiada y migrante en Chile. La búsqueda se centró en términos relacionados con refugiados, migrantes y extranjeros, con un enfoque particular en las nacionalidades venezolanas, colombianas, haitianas y peruanas.

Los resultados del análisis de sentimiento revelaron una predominancia de sentimientos negativos hacia las personas extranjeras, con un 57,7 % de las publicaciones reflejando descontento o preocupación. Este sentimiento negativo se atribuye a factores como preocupaciones económicas, ansiedad cultural, cuestiones de seguridad y la influencia de la retórica política y los medios de comunicación. Además, un 38,3 % de las publicaciones mostraron un sentimiento neutral, mientras que solo un 4 % reflejaron sentimientos positivos, indicando una falta significativa de actitudes de apoyo hacia las personas en situación de movilidad humana.

ANÁLISIS DE SENTIMIENTO

Factores de negatividad: preocupaciones económicas, seguridad, ansiedad cultural, influencia mediática y política.



57,7 %

↗ negativo

38,3 %

↗ neutral

4 %

↗ positivo

El análisis de hashtags mostró que los términos más utilizados en las discusiones sobre movilidad en Chile incluían *#venezolanos*, *#urgente* y *#alerta*. Estos hashtags sugieren un enfoque en los flujos de movilidad y una percepción de emergencia en torno a la llegada de estas personas. Además, hashtags políticos como *#piñera* y *#eleccionesve2024* indicaron la politización del tema.



En cuanto a las preocupaciones públicas, los temas más discutidos incluyeron la crisis política en Venezuela, la respuesta humanitaria al desplazamiento de los venezolanos, el aumento de la criminalidad y la seguridad, así como las cuestiones sociales y activismo. Las publicaciones reflejaron una mezcla de preocupaciones sobre la capacidad de Chile para manejar los flujos de personas que ingresan al país, la percepción de aumento de la criminalidad y la respuesta del gobierno y organizaciones de la sociedad civil e internacionales como ACNUR.

El análisis de los autores de las publicaciones mostró una **predominancia de hombres jóvenes (25-34 años)** en las discusiones sobre movilidad humana. Esta demografía sugiere que las preocupaciones económicas y de seguridad dominan el discurso, con una menor representación de perspectivas femeninas y de mayores de edad, lo que podría llevar a una narrativa sesgada.

Finalmente, el análisis de la toxicidad en las redes sociales reveló que las cuentas con más seguidores no necesariamente eran las más tóxicas, pero las cuentas verificadas tendían a emitir discursos más radicales y sensacionalistas. Además, la mayoría de las cuentas más tóxicas eran operadas por humanos, no por bots, lo

que indica que la toxicidad en las redes sociales es impulsada principalmente por interacciones humanas genuinas. En pocas palabras, esta situación permite inferir que la toxicidad en redes sociales puede estar distribuida entre cuentas con diferentes niveles de seguidores, y no se concentra únicamente en las cuentas más populares. Asimismo, el hecho de que las cuentas verificadas emitan discursos de odio más fuertes, puede dar una falsa sensación de credibilidad a las audiencias, lo que permite que estas cuentas difundan mensajes más radicales con mayor impacto. Esto también puede indicar que algunas cuentas buscan la verificación para ganar notoriedad y luego utilizan esa plataforma para amplificar discursos extremos. Por último, la toxicidad en las redes sociales es principalmente el resultado de interacciones humanas genuinas. Esto sugiere que las estrategias para combatir la toxicidad deben centrarse en cambiar el comportamiento humano y no solo en eliminar bots. Sin duda, las soluciones para reducir la toxicidad deben enfocarse en la educación, la moderación de contenido y la promoción de interacciones positivas entre los usuarios humanos.

Para abordar los desafíos identificados en el análisis de la Escucha Social, se proponen las siguientes recomendaciones:

1. Mejorar la Comunicación y Transparencia

Las organizaciones humanitarias deben esforzarse por comunicar de manera más clara y transparente su mandato, acciones y resultados. Esto incluye la publicación regular de informes y la participación en eventos públicos para aumentar la visibilidad y la comprensión de su trabajo.

2. Aumentar la Conciencia Pública

Implementar campañas de sensibilización que destaquen el impacto positivo de las personas refugiadas y migrantes en el país, incluyendo las dimensiones culturales y económicas para la sociedad chilena. Ejemplificar con historias personales y testimonios para humanizar a las personas refugiadas y migrantes, y generar empatía.

3. Abordar las Críticas y Preocupaciones

Escuchar activamente las críticas y preocupaciones de la población local y responder de manera proactiva. Esto puede incluir la creación de canales de comunicación directa con la comunidad y la colaboración con líderes locales para abordar los problemas específicos.

4. Fortalecer la Presencia en Redes Sociales:

Utilizar las redes sociales de manera estratégica para difundir información precisa y combatir la desinformación. Colaborar con *influencers* y líderes de opinión para amplificar los mensajes positivos y contrarrestar las narrativas negativas.



ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

Las entrevistas realizadas a diversos actores de la sociedad en Chile revelan un panorama preocupante sobre la desinformación y los discursos de odio dirigidos hacia las personas refugiadas y migrantes en el país. Los entrevistados de la sociedad civil destacaron que la desinformación moldea percepciones estigmatizantes de las personas en movilidad, promoviendo ideas de que «se llevan todo», tienen más derechos o son responsables del aumento de la criminalidad. Además, señalaron que las redes sociales superan a los medios tradicionales en la difusión de desinformación y noticias falsas sobre las personas extranjeras, lo que fomenta la desconfianza y la xenofobia entre los chilenos.

Los periodistas entrevistados subrayaron la influencia de las redes sociales en las generaciones mayores, que pueden ser más susceptibles al contenido en contra de las personas extranjeras. También mencionaron el efecto de cámara de eco de los algoritmos de las redes sociales, que refuerzan los sesgos existentes y facilitan la rápida difusión de información falsa, como videos mal atribuidos que muestran supuestos crímenes de personas extranjeras en el país. Los periodistas enfatizaron la necesidad de mejorar la alfabetización digital y la verificación de hechos para combatir la desinformación.

Los académicos entrevistados destacaron el alto nivel de desinformación que circula sobre las personas refugiadas y migrantes y el papel de las bromas y memes aparentemente inocentes en la denigración de los extranjeros y la distorsión de la percepción pública. También señalaron el efecto bola de nieve de las redes sociales



➤ **Académicos alertan sobre el efecto de memes «inocentes» en la normalización del odio**

➤ **El anonimato y la viralización contribuyen al efecto «bola de nieve»**

➤ **Los algoritmos refuerzan sesgos existentes y crean cámaras de eco**

y el impacto del anonimato en la propagación del odio. Además, mencionaron una desconexión entre las experiencias personales positivas con vecinos extranjeros en sus barrios y las percepciones generales negativas.

El personal de ACNUR y la ONU, Organización de las Naciones Unidas, resaltó cómo la desinformación alimenta la xenofobia, el rechazo social y la polarización política en torno a las personas refugiadas y migrantes. Indicaron que los medios de comunicación a menudo dan una plataforma a los políticos sin verificar adecuadamente sus declaraciones sobre la movilidad humana y sus efectos, lo que contribuye a la propagación de información falsa. También destacaron la necesidad de una mejor educación para ayudar a las personas a distinguir entre fuentes de noticias confiables y no confiables.

En general, las entrevistas revelan que la desinformación y los discursos de odio en Chile están profundamente arraigados y son amplificados por las redes sociales. La desinformación no solo distorsiona la percepción pública de las personas extranjeras, sino que también intensifica la xenofobia y la polarización política. Los entrevistados coincidieron en la necesidad de enfoques multifacéticos para abordar este problema, incluyendo la mejora de la alfabetización digital, la promoción de un periodismo responsable y el fomento de una comprensión más matizada e integral de la movilidad humana como un fenómeno global.

En cuanto al rol de los medios de comunicación, los entrevistados señalaron que éstos juegan un papel crucial en la formación de la opinión pública sobre las personas refugiadas y migrantes en el país. Sin embargo, criticaron que los medios a menudo perpetúan estereotipos negativos y sensacionalizan las noticias relacionadas con la movilidad, lo que contribuye a la xenofobia y los discursos de odio. Además, mencionaron que los medios tienden a enfocarse en los aspectos negativos, como la criminalidad, sin proporcionar un contexto adecuado o destacar también las contribuciones positivas de los refugiados y migrantes a la sociedad chilena, contribuyendo a una mirada más balanceada de la movilidad humana como un fenómeno que es parte de la realidad y tiene múltiples aristas.

Finalmente, las entrevistas subrayaron la importancia de desarrollar estrategias efectivas para contrarrestar la desinformación y los discursos de odio. Esto incluye la creación de contra-narrativas participativas que involucren a la sociedad civil y promuevan una representación más equilibrada y positiva de los refugiados y migrantes. Además, de generar iniciativas, impulsadas por las instituciones públicas y los medios de comunicación, para fomentar un diálogo más inclusivo y reducir los prejuicios y la discriminación.

ENCUESTA DE OPINIÓN

La encuesta realizada en agosto de 2024 a 1.690 residentes en Chile proporcionó una visión detallada de las percepciones y actitudes hacia las personas refugiadas y migrantes. Los resultados revelaron una diversidad de opiniones y niveles de conocimiento sobre la realidad de las personas migrantes y refugiadas, así como diferencias significativas según la edad, región y género de los encuestados.

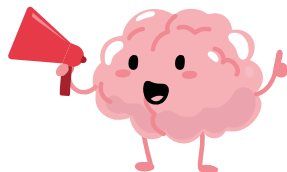
RESULTADOS GENERALES SOBRE LA XENOFOBIA Y DISCURSOS DE ODIO CONTRA PERSONAS REFUGIADAS Y MIGRANTES

+50 %

- Cree que las personas extranjeras tienen un impacto negativo o muy negativo en Chile.

15 %

- Considera que tienen un impacto positivo.



Más de la mitad de los encuestados considera que las personas extranjeras tienen un impacto negativo o muy negativo en Chile. Esta percepción refleja una preocupación significativa entre la población sobre los efectos de los flujos de movilidad humana en la sociedad chilena, posiblemente vinculada a temas como la seguridad, la economía y la cohesión social. Solo un 15 % de los encuestados cree que las personas extranjeras tienen un impacto positivo en el país, lo que indica una minoría que ve la movilidad humana como una oportunidad para el enriquecimiento cultural y el desarrollo económico.

RELACIÓN ENTRE EXTRANJEROS Y CRIMINALIDAD

91,9 %

- Cree que las **personas extranjeras han influido** en el aumento de la criminalidad.

62,2 %

- Consideran que el **impacto ha sido significativo**.

29,7 %

- Creen que **ha tenido algún impacto**.

Esta percepción está fuertemente influida por discursos políticos y medios de comunicación, especialmente la televisión.

Ante la pregunta sobre la relación entre las personas extranjeras y la criminalidad en Chile, una abrumadora mayoría de los entrevistados (91,9 %) percibe que los extranjeros han tenido un impacto significativo en el aumento de la criminalidad. De estos, el 62,2 % considera que han contribuido significativamente al incremento de la delincuencia, mientras que el 29,7 % cree que han tenido algún impacto en este fenómeno. Esta percepción generalizada sugiere una fuerte asociación entre la presencia de personas extranjeras y la criminalidad en la opinión pública chilena, una vinculación que ha sido promocionada e instalada por actores políticos, además de difundida ampliamente por los medios de comunicación tradicionales, especialmente la televisión.

La movilidad humana se ha convertido en un tema profundamente politizado en Chile. Esta politización puede estar contribuyendo a la polarización de la opinión pública, con figuras políticas que potencialmente explotan estas preocupaciones y miedos para obtener ganancias electorales. La conexión entre el discurso político y el sentimiento negativo indica que la retórica política puede estar impulsando los sentimientos xenófobos en lugar de promover un diálogo constructivo y soluciones.

MOTIVOS DETRÁS DE LA XENOFOBIA Y LOS DISCURSOS DE ODIO

Las motivaciones detrás de los actos de xenofobia o discursos de odio hacia la población extranjera en Chile fueron variadas. Las tres razones más citadas por los encuestados fueron:

1. Deterioro de la Convivencia Social

➤ Un **47,0 %** de los encuestados mencionó que la llegada de **personas extranjeras** a los barrios ha **deteriorado la convivencia social**.

2. Creencias sobre el Crimen y la Seguridad

➤ Un **31,2 %** de los encuestados **creo que las personas extranjeras** están **vinculadas** a un aumento en la **criminalidad** y la **inseguridad**.

3. Experiencias Personales Negativas

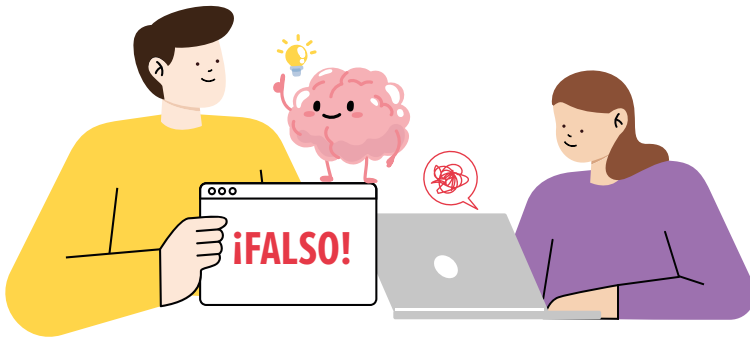
➤ Un **29,2 %** de los encuestados mencionó haber tenido **experiencias personales negativas** directas con personas extranjeras.

Estas respuestas indican que tanto factores sociales como percepciones erróneas y experiencias individuales juegan un papel crucial en la generación de actitudes xenófobas y discursos de odio.

En cuanto a las preocupaciones económicas y sociales, muchos chilenos y chilenas están de acuerdo en que la presencia de extranjeros genera problemas en estos ámbitos. La confianza en la cobertura de los medios de comunicación tradicionales sobre la población extranjera es baja, y los encuestados reportaron haber encontrado ocasionalmente desinformación sobre extranjeros en internet o redes sociales. Esto sugiere una desconfianza generalizada hacia la información proporcionada por los medios y una percepción de que la desinformación es un problema real.

IMPACTO DE LA TERMINOLOGÍA UTILIZADA

La percepción de los encuestados sobre el impacto de diferentes colectivos de extranjeros en la sociedad chilena varió significativamente según la terminología utilizada para describir a estos grupos. Los encuestados consideraron que los **migrantes en situación irregular tienen un impacto negativo en la sociedad**, mientras que los **migrantes en situación regular y los refugiados fueron vistos de manera más neutral o ligeramente positiva**, siendo los **migrantes en situación regular los mejor valorados**.



LOS JÓVENES: UNA OPORTUNIDAD

El análisis estratificado por edad mostró que los jóvenes de 18 a 24 años son los que menos consideran que los extranjeros tienen un impacto negativo en Chile. También son los que menos relacionan la delincuencia con las personas de otras nacionalidades y los que menos creen que las personas refugiadas y migrantes deben adaptarse a la cultura chilena y abandonar sus tradiciones. Esto indica una mayor apertura y tolerancia hacia la movilidad humana entre los jóvenes.

Asimismo, por región, las percepciones más negativas sobre el impacto de los extranjeros se encontraron en Tarapacá, Atacama, Aysén, Bío Bío y Arica y Parinacota. Algunas de estas regiones, sin duda, están experimentando mayores desafíos relacionados con los flujos de llegada de las personas refugiadas y migrantes a sus localidades, lo que podría explicar las percepciones más negativas. Las diferencias regionales subrayan la importancia de abordar las preocupaciones locales de manera específica y adaptada.

DESINFORMACIÓN Y REDES SOCIALES

54 %

➤ De los encuestados reconoció que las redes sociales aumentan el discurso de odio.

+ 50 %

➤ Ha encontrado desinformación y discursos de odio contra personas extranjeras en redes sociales, a menudo vinculados a temas de convivencia y delincuencia.

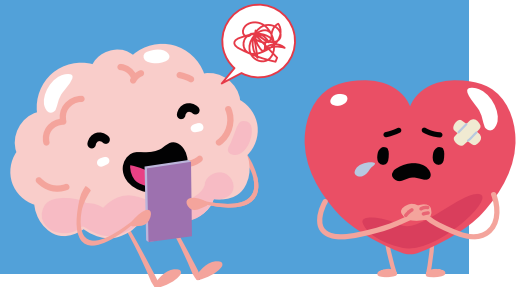
Los motivos principales para compartir desinformación fueron el entretenimiento o la broma (11,5 %), seguido de la afirmación:



«SIMPLEMENTE ME APETECÍA QUE LOS DEMÁS CONOCIERAN ESTA INFORMACIÓN FALSA (6,6 %)»

DIFERENCIAS DE GÉNERO

Un detalle no menor es que, de quienes **afirmaron compartir información falsa por entretenimiento**, el **42,3 % son hombres** y el **32,4 % mujeres**, con diez puntos de diferencia.



ANÁLISIS DE MEDIOS

El análisis de los medios de comunicación tradicionales en Chile reveló patrones significativos en la cobertura de temas relacionados con los flujos de personas refugiadas y migrantes o la movilidad humana en general. A continuación, se presentan los principales hallazgos y porcentajes obtenidos en esta sección del estudio:

Cobertura Mediática

La prensa chilena se centra en temas urgentes como la llegada de personas desde otros países, la política interna y el crimen. Este enfoque en temas de alto impacto y controversia contribuye a la formación de percepciones públicas sobre las personas refugiadas y migrantes y las organizaciones que trabajan para apoyar la labor del estado en brindarles protección.

El análisis temporal de la cobertura mediática mostró que las mayores alzas en la atención mediática coincidieron con eventos significativos relacionados con los flujos de personas refugiadas y migrantes y la política interna. Por ejemplo, durante períodos de aumento en la llegada de personas extranjeras a las fronteras o cambios en las políticas de movilidad humana del país, se observó un incremento en la cobertura de noticias sobre estos temas. Esta tendencia sugiere que los medios de comunicación responden rápidamente a los eventos actuales, amplificando su impacto en la opinión pública.

Representación de las personas extranjeras en el país

El análisis reveló que la representación de las personas refugiadas y migrantes en los medios de comunicación chilenos tiende a ser negativa. En la cobertura de eventos negativos, existe una tendencia general a mencionar la nacionalidad del perpetrador en el titular cuando se trata de una persona refugiada o migrante. Sin embargo, cuando el perpetrador es de nacionalidad chilena, esta información suele

relegarse al cuerpo del artículo. Este sesgo en la representación contribuye a la estigmatización de los migrantes y refuerza los estereotipos negativos.

En épocas electorales o de campaña, los medios amplifican las declaraciones de políticos que, al estar en competencia, requieren captar la atención de las audiencias con declaraciones rápidas y fáciles de digerir. Esto puede contribuir a un discurso simplista y facilista sobre la movilidad humana, impidiendo un diálogo social integral sobre el fenómeno y convirtiendo la discusión en titulares impactantes que, en la mayoría de los casos, no colaboran con la integración de las personas refugiadas o migrantes sino que, por el contrario, tienden a estigmatizarlas.

Cobertura de Noticias Positivas

Las noticias positivas que involucran a personas refugiadas y migrantes rara vez ganan tracción significativa en la sociedad. A pesar de que hay historias de éxito y contribuciones positivas, estas no reciben la misma atención mediática que los eventos negativos. De hecho, el Análisis de Medios arrojó que las noticias positivas sobre movilidad humana en Chile son replicadas por portales y otros medios un número significativamente menor que las noticias negativas.

ESTA FALTA DE COBERTURA POSITIVA LIMITA LA VISIBILIDAD DE LOS ASPECTOS BENEFICIOSOS DE LA MOVILIDAD Y PERPETÚA UNA VISIÓN DESEQUILIBRADA, ENFOCÁNDOSE EN LOS PROBLEMAS Y DESAFÍOS EN LUGAR DE DESTACAR ASIMISMO LOS BENEFICIOS Y LAS HISTORIAS DE ÉXITO.

Análisis de Sentimientos

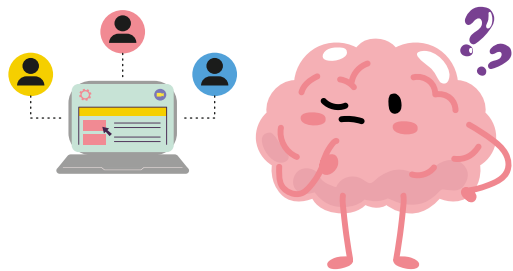
El análisis de sentimientos de las noticias reveló que el 54,65 % de las menciones sobre movilidad humana y ACNUR en los medios de comunicación tenían un tono negativo. Un 40,59 % de las menciones fueron neutrales, mientras que solo un 4,78 % tuvieron un tono positivo. Estas cifras indican una predominancia de narrativas negativas en la cobertura mediática, lo que puede influir en la percepción pública y aumentar la xenofobia y los discursos de odio.

Principales Fuentes de Información

La dominancia de ciertos medios de comunicación refuerza su papel influyente en la configuración de narrativas sobre la movilidad humana. Al ser una de las principales fuentes de noticias en Chile, tiene un impacto significativo en la formación de opiniones públicas y en la difusión de información sobre estos temas.

Para abordar los desafíos identificados en el análisis de los medios de comunicación, se propone promover la cobertura positiva y trabajar activamente para promover historias positivas sobre las personas refugiadas, solicitantes de asilo y sus contribuciones a la sociedad chilena. Esto puede incluir la colaboración con periodistas y medios de comunicación para destacar casos de éxito y buenas prácticas. Asimismo, entre otras alternativas, se sugiere la realización de capacitaciones en reporteo ético, incluyendo el uso de un lenguaje inclusivo y respetuoso. Esto puede ayudar a reducir el sesgo en la cobertura mediática y fomentar una representación más equilibrada de los refugiados y migrantes.

Por último, se recomienda implementar sistemas de monitoreo de medios para identificar rápidamente las narrativas negativas y responder de manera proactiva mediante comunicados de prensa, participación en debates públicos y corrección de información errónea. Además, es crucial establecer alianzas con medios de comunicación para desarrollar campañas de sensibilización y educación sobre movilidad humana y el trabajo de ACNUR, así como aprovechar las plataformas digitales y redes sociales para difundir información precisa y combatir la desinformación, colaborando con *influencers* y líderes de opinión para amplificar los mensajes positivos y contrarrestar las narrativas negativas.



EXPERIMENTO SOCIAL

Por último, para entender mejor cómo los mensajes positivos y negativos influyen en las percepciones de los chilenos hacia las personas extranjeras, se llevó a cabo un experimento social con las 1.690 personas que respondieron la encuesta. Este experimento se basó en varias teorías clave, como la Teoría del Enmarcado, la Teoría de la Identidad Social, la Hipótesis del Contacto, la Teoría de la Cultivación, la Teoría de la Agenda-Setting y el Contagio Emocional.

El estudio utilizó un diseño experimental entre sujetos con 13 grupos: 12 experimentales y 1 de control, con 130 participantes asignados aleatoriamente a cada grupo. Los participantes fueron reclutados de diversos antecedentes demográficos en Chile. Se desarrollaron doce conjuntos de mensajes, seis positivos y seis negativos, centrados en diferentes aspectos de la presencia de extranjeros en Chile. Los mensajes positivos incluyeron historias personales, humor, empatía, derechos humanos, beneficios económicos y beneficios sociales. Los mensajes negativos se centraron en el empleo, beneficios sociales, delincuencia, integración cultural, sistema de salud y educación.

RESULTADOS

Los resultados del experimento revelaron que los mensajes positivos y negativos tienen un impacto significativo en la percepción pública de los extranjeros en Chile. Los mensajes positivos que tuvieron el mayor impacto positivo en la percepción pública fueron, en orden: historias personales, humor, beneficios sociales, empatía, impacto económico y derechos humanos. Estos mensajes ayudaron a humanizar las experiencias de los extranjeros, fomentando la empatía y destacando sus contribuciones tangibles a la sociedad chilena.

Por otro lado, los mensajes negativos que tuvieron el mayor impacto negativo fueron: empleo, delincuencia/seguridad, integración social, salud, educación y prestaciones sociales. Estos mensajes tocaron directamente miedos e inseguridades existentes sobre la competencia laboral y la seguridad pública, amplificando las preocupaciones y prejuicios hacia los extranjeros.

ANÁLISIS COMPARATIVO DE MENSAJES POSITIVOS Y NEGATIVOS

MENSAJES POSITIVOS

- ↗ **Historias Personales:**
 Las **historias personales humanizan** las experiencias de los extranjeros, permitiendo que la **audiencia se conecte emocionalmente** con sus narrativas. Este enfoque fue el más efectivo para mejorar las percepciones públicas.
- ↗ **Humor:**
 El humor puede **romper barreras y reducir prejuicios de manera menos confrontacional**, haciendo que los mensajes sean más **accesibles y memorables**.
- ↗ **Beneficios Sociales y Económicos:**
 Destacar las **contribuciones tangibles de los extranjeros a la sociedad chilena**, como su impacto positivo en la economía y los servicios sociales, ayudó a cambiar las percepciones negativas.
- ↗ **Empatía:**
 Los mensajes que fomentan la empatía permitieron a la audiencia **ver a los extranjeros como individuos con historias y desafíos similares** a los suyos.
- ↗ **Derechos Humanos:**
 Aunque estos mensajes tuvieron un impacto positivo, su naturaleza más abstracta los hizo menos efectivos en comparación con otros enfoques.

MENSAJES NEGATIVOS

- ↗ **Empleo:**
 Los mensajes relacionados con la **competencia laboral** tuvieron el **mayor impacto negativo**, ya que tocan directamente las preocupaciones sobre la seguridad laboral de los chilenos.
- ↗ **Delincuencia/Seguridad:**
Asociar a los **extranjeros** con la **delincuencia y la inseguridad** amplificó los miedos existentes y **reforzó los estereotipos negativos**.
- ↗ **Integración Social:**
 Los mensajes que destacaban las **dificultades de integración social** de los extranjeros **contribuyeron a la percepción** de que los migrantes **no se adaptan a la cultura chilena**.
- ↗ **Salud y Educación:**
 Las preocupaciones sobre el **impacto de los extranjeros en los sistemas de salud y educación** también tuvieron un **impacto negativo significativo**.
- ↗ **Prestaciones Sociales:**
 Los mensajes que sugerían que los **extranjeros reciben beneficios sociales injustamente** también contribuyeron a las **percepciones negativas**.

CONCLUSIONES

Este experimento social reveló la complejidad de influir en las percepciones públicas de las personas extranjeras en Chile. Los mensajes positivos, especialmente aquellos que utilizan historias personales y humor, son los más efectivos para mejorar las actitudes hacia las personas refugiadas y migrantes. Estos enfoques humanizan las experiencias de los extranjeros y fomentan la empatía, permitiendo que la audiencia se conecte emocionalmente con sus narrativas. Sin embargo, los mensajes negativos relacionados con el empleo y la delincuencia tienen un fuerte impacto negativo, ya que tocan directamente miedos y preocupaciones existentes en la sociedad.

RECOMENDACIONES

PARA PROMOVER UNA PERCEPCIÓN MÁS POSITIVA Y EQUILIBRADA, SE RECOMIENDA:



1.FOMENTAR HISTORIAS PERSONALES Y HUMOR:

- ➔ Utilizar historias personales y humor en las campañas de comunicación para humanizar a las personas refugiadas y migrantes, y reducir los prejuicios.



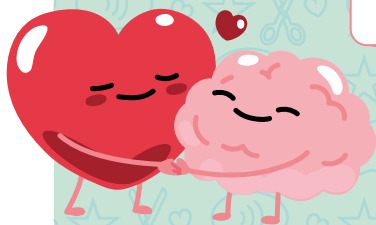
2. DESTACAR CONTRIBUCIONES POSITIVAS:

- Enfatizar los beneficios sociales y económicos que los extranjeros aportan a la sociedad chilena.



3. COMBATIR NARRATIVAS NEGATIVAS:

- Desarrollar estrategias para contrarrestar los mensajes negativos relacionados con el empleo, la delincuencia y la integración social.



4. PROMOVER LA EMPATÍA

- Fomentar la empatía a través de mensajes que resalten las similitudes y experiencias compartidas entre los chilenos y las personas en situación de movilidad.

El informe destaca la **necesidad urgente de mejorar la comunicación sobre movilidad humana en Chile** y las organizaciones dedicadas al mundo humanitario. Las estrategias de comunicación deben ser específicas y adaptadas a diferentes grupos demográficos, considerando las variaciones en las percepciones por edad, región y género. Es **crucial promover historias positivas y equilibradas** sobre la realidad de las personas refugiadas y migrantes para contrarrestar la narrativa negativa predominante en los medios de comunicación. Esto incluye la colaboración con periodistas, medios de comunicación y líderes de opinión para destacar las contribuciones de los refugiados y personas desplazadas a la sociedad chilena.

La desinformación y los discursos de odio en las redes sociales representan un desafío significativo. Es **esencial implementar sistemas de monitoreo y respuesta rápida para identificar y contrarrestar las narrativas negativas**, así como desarrollar campañas de sensibilización y educación para combatir la desinformación. El aumento de la xenofobia y los discursos de odio en una sociedad puede tener consecuencias graves y multifacéticas, afectando tanto a los individuos como a la cohesión social y la estabilidad democrática.

Por otra parte, como fue expuesto con anterioridad, los resultados del experimento social subrayaron la importancia de utilizar mensajes positivos y empáticos para influir en las percepciones públicas. Las historias personales y el humor son herramientas poderosas para humanizar a las personas extranjeras y **fomentar la empatía entre las comunidades**.

Desde el enfoque de las Naciones Unidas, es fundamental que los estados asuman la responsabilidad de trabajar en conjunto con organizaciones internacionales y locales para abordar estos desafíos. La cooperación interinstitucional y la participación activa de los gobiernos son esenciales para desarrollar políticas inclusivas y efectivas que promuevan la integración y el respeto hacia las personas refugiadas y migrantes.

Los **estados**, en colaboración con el **Sistema de Naciones Unidas**, la **sociedad civil** y las **comunidades locales** y de **personas extranjeras**, deben **fomentar un entorno de diálogo constructivo y respetuoso**.

Por otra parte, y como fue expuesto, para promover una **sociedad más inclusiva y respetuosa** hacia las personas refugiadas y migrantes en Chile, es fundamental adoptar un **enfoque estratégico y multifacético** que aborde la comunicación, la transparencia, la desinformación y la narrativa mediática. Estas acciones no solo **mejorarán la percepción pública**, sino que también **fortalecerán la cohesión social** y la **integración de las personas refugiadas y migrantes** en la sociedad chilena. La colaboración entre los estados, las organizaciones internacionales y la sociedad civil es crucial para lograr estos objetivos y construir un **futuro más justo y equitativo** para todos.



corta el
HATE

