



# PERCEPTIONS

## Policy Brief

Noviembre 2022

# Mejora de la cobertura sobre migraciones en los medios de comunicación

## Hacia una cobertura más equilibrada e inclusiva

Melina Breitegger & Diotima Bertel (SYNYO GmbH)

Traducido por: Sara Carrasco-Granger (Universidad Rey Juan Carlos)

### ● Resumen Ejecutivo

La información sobre migración en los principales medios de comunicación a menudo se centra en noticias negativas y carece de la perspectiva de personas migrantes. Una cobertura de la migración basada en hechos, matizada e inclusiva por parte de los principales medios de comunicación es cada vez más importante, ya que la desinformación sobre la migración se propaga fácilmente en las redes sociales. Dado que el control de calidad en los medios de comunicación depende en gran medida de la autorregulación de los periodistas y las empresas de comunicación, recomendamos 1. reforzar la formación de los periodistas, 2. fomentar la colaboración entre la investigación y los medios de comunicación, 3. financiar los medios de comunicación dirigidos por personas migrantes, 4. incentivar las prácticas de contratación inclusivas en las empresas de comunicación y 5. compartir las mejores prácticas en las directrices políticas de los medios de comunicación a través de las fronteras nacionales para mejorar la calidad y el carácter inclusivo de la información sobre migración.

## ● Introducción

Como se establece en el objetivo 17 del Pacto Mundial de las Naciones Unidas para una Migración Segura, Ordenada y Regular (2018), es necesario eliminar todas las formas de discriminación y promover un discurso público basado en pruebas para dar forma a las percepciones de la migración. Sostenemos que los principales medios de comunicación desempeñan un papel importante en la configuración de este discurso. Mientras que nuevos actores ganan terreno a la hora de influir en el debate público, como las personas influyentes con un gran número de seguidores en las redes sociales, los activistas, los podcasters o los grupos de conspiración en línea, no se puede descuidar el papel de las emisoras tradicionales de radio, televisión y prensa. Por el contrario, a medida que Internet se convierte en un terreno de juego para la desinformación y la desinformación, la calidad de la información de los principales medios de comunicación es aún más importante para ofrecer acceso a una información basada en hechos. Los medios de comunicación dominantes actúan marcando la agenda, dan "importancia" a los temas y los enmarcan de una manera específica. Dado que los medios de comunicación dominantes tienen algunos puntos débiles en la calidad y el equilibrio de la información sobre migración, como se discutirá en este informe, la pregunta que hay que hacerse es

### ¿Cómo puede fomentarse una información de calidad, basada en hechos y equilibrada en los principales medios de comunicación?

La cuestión es delicada por dos razones. En primer lugar, regular los mensajes de los medios de comunicación plantea problemas de censura. En segundo lugar, la cuestión de la percepción de la migración es muy compleja. Requiere comprender cómo se forman las percepciones del público. Incluso la información basada en hechos sobre la migración puede distorsionar la percepción pública. La cuestión clave aquí es el encuadre (Goffmann, 1974): se puede informar sobre la migración como una actividad común de personas de todo el mundo que aporta beneficios a las personas migrantes y a las sociedades de acogida, por ejemplo, proporcionando la mano de obra necesaria en sectores clave. Por otro lado, se puede informar de ella como una amenaza para los migrantes y/o las sociedades de acogida, centrándose en los peligros asociados a la migración (irregular), como el tráfico de seres humanos, las rutas migratorias peligrosas y/o los beneficios económicos para el crimen organizado.

Por lo tanto, los informes basados en pruebas también deben tener en cuenta un equilibrio entre noticias positivas y negativas que reflejan la complejidad del fenómeno migratorio.

Este informe analiza el papel de los principales medios de comunicación en la formación de la percepción de la migración y ofrece recomendaciones para mejorar la calidad de la información sobre migración en los principales medios de comunicación.

### Conceptos Clave:

- *La ONU promueve un discurso público basado en pruebas para moldear las percepciones sobre la migración*
- *A pesar de la creciente importancia de las redes sociales, los principales medios de comunicación siguen siendo una importante fuente de información*
- *La regulación de los medios de comunicación suscita preocupación por la censura*
- *Incluso la información basada en hechos puede deformar la percepción de la migración*
- *El encuadre y la información equilibrada son fundamentales*

### ● El rol de los principales medios de comunicación en la formación de percepciones sobre migración

Aunque es difícil señalar los efectos causales de los medios de comunicación en la percepción de un determinado fenómeno por parte de la población, la investigación sugiere que la exposición frecuente a mensajes negativos de los medios de comunicación sobre la migración puede dar lugar a percepciones negativas con respecto a la migración y los grupos de migrantes, y puede influir en el comportamiento de voto. Dado que los informes de los medios de comunicación en Europa sobre el tema de la migración son predominantemente negativos y se centran en el conflicto (Eberl et al., 2018), esto sugiere que los medios de comunicación pueden tener un impacto negativo en la percepción pública de la migración y las personas migrantes. La cobertura mediática fue particularmente negativa en 2015/2016, cuando los medios acuñaron la afluencia de refugiados sirios a Europa como una "crisis migratoria", repitiendo estereotipos y llevando a un énfasis en las diferencias entre "nosotros" y "ellos" (Arcimaviciene & Baglama, 2018), en lugar de centrarse en los puntos en común o en un debate sobre la migración como un fenómeno global. La investigación PERCEPTIONS descubrió que las personas migrantes se veían perjudicadas y se enfrentaban a desafíos al venir a Europa si se les estereotipaba negativamente, por ejemplo, en forma de criminalización, racismo y delitos de odio. Una información excesivamente negativa puede contribuir a estos estereotipos.

Sin embargo, existen variaciones entre los Estados nacionales. Una comparación entre los países europeos muestra que la cobertura de la prensa sobre la migración difiere, con una cobertura de noticias sobre la migración en 2015 en el Reino Unido más negativa que en Suecia, por ejemplo (Berry et al., 2015).

En un estudio más reciente, la cobertura mediática de la migración fue más negativa en Europa Central y Oriental que en Europa Occidental (Fengler & Kreutler, 2020). La cobertura informativa durante la pandemia de COVID fue variada. Los ejemplos de noticias positivas sobre migración se referían al papel de los migrantes como trabajadores esenciales en el sector sanitario. Sin embargo, a menudo se presentaba a las personas migrantes como un riesgo para la salud y como posibles propagadores del virus a través de las fronteras (ICMPD, 2022).

Los discursos dominantes de los medios de comunicación sobre la migración se centran en los refugiados y los solicitantes de asilo, por lo que ofrecen una perspectiva limitada de la migración como práctica común en la UE, considerando, por ejemplo, la migración laboral dentro de la UE. En general, la atención prestada a los aspectos negativos de la migración (y especialmente a las amenazas potenciales para la sociedad de acogida), y la fuerte presencia del tema en los principales medios de comunicación desde 2015, allanan el

#### Ideas Clave:

● *La información de los medios de comunicación sobre la migración es predominantemente negativa.*

● *La información sobre la "crisis migratoria" difundió estereotipos*

camino para una sobreestimación de los riesgos asociados a la migración, y una percepción negativa del impacto de la migración en las sociedades y de los propios migrantes en Europa. Este fenómeno es más relevante cuando se carece de contacto directo con personas migrantes y de acceso a sus perspectivas. Como muestra la investigación PERCEPTIONS, los profesionales que trabajan directamente con migrantes comprenden mejor sus objetivos, motivaciones y puntos de vista (sobre Europa) en comparación con los profesionales que no interactúan con migrantes en su trabajo diario. Sin embargo, cuando el intercambio directo con los migrantes es limitado, las percepciones sobre los migrantes y la migración proceden en gran medida de fuentes externas, como los medios de comunicación. Por lo tanto, la cobertura mediática debe hacer un gran esfuerzo para no perpetuar estereotipos e informes unilaterales, que no pueden comprobarse en la vida real. Además, las investigaciones sugieren que las audiencias de las zonas rurales y las audiencias con un estatus socioeconómico más bajo son más receptivas al discurso populista sobre la migración (ICMPD, 2022).

La cobertura informativa unilateral o desequilibrada se ve agravada por la escasa representación de las personas migrantes en los medios de comunicación, lo que significa que sus voces y puntos de vista no se tienen suficientemente en cuenta. La falta de representación puede tener un efecto negativo en la confianza de las personas migrantes en los medios de comunicación. Además, los principales medios de comunicación no suelen satisfacer las necesidades de información de las personas migrantes, por ejemplo, proporcionándoles información en sus idiomas. Aunque algunas empresas de noticias se han aventurado en este campo (InfoMigrants.net es un ejemplo de colaboración entre las principales empresas europeas de medios de comunicación de Francia, Alemania e Italia, cuyo objetivo es ofrecer a las personas migrantes noticias contrastadas y equilibradas), puede resultar difícil para las personas migrantes recién llegados acceder a información contrastada. De hecho, la investigación de PERCEPTIONS confirma que - dependiendo del tema- las personas migrantes acceden regularmente a fuentes informales de información como familiares, amigos y redes afectivas (por ejemplo, en las redes sociales) que son percibidas como dignas de confianza. Las fuentes formales, como los sitios web gubernamentales, los principales medios de comunicación y las ONG, se consultan cuando se busca información específica (Bermejo y Carrasco, 2021).

Otra cuestión clave es la fragmentación y polarización de los medios de comunicación. La fragmentación de las audiencias, que acuden en masa a los medios de comunicación que se ajustan a sus opiniones políticas, ha provocado una mayor polarización tanto de los medios como del público (Hollander, 2008) debido a la exposición selectiva a la información. En este proceso, la prensa sensacionalista desempeña un papel importante, contribuyendo a la polarización de la cuestión migratoria al tiempo que trata de monetizarla para aumentar la audiencia mediante reportajes contundentes. Del mismo modo, hay que reconocer la instrumentalización de las percepciones negativas de la opinión pública sobre la migración para

- *El discurso de la migración como crisis lleva a sobrestimar los riesgos asociados*

- *Las voces de las personas migrantes están infrarrepresentadas*

obtener beneficios políticos. Algunos medios de comunicación y partidos políticos tienen gran interés en centrarse en los aspectos negativos de la migración, distorsionando así la realidad de la cuestión.

En resumen, los principales medios de comunicación son uno de los factores que pueden influir en las percepciones de la migración en el contexto de un panorama mediático fragmentado y una polarización política del tema.

### Lagunas en los marcos existentes

En muchos países europeos ya existen una serie de marcos para una prensa libre y justa, como las normas de las autoridades nacionales reguladoras de los medios de comunicación y los códigos deontológicos de las asociaciones de periodistas. Estas normas y directrices se aplican a cualquier tipo de información, incluida la relativa a la migración. Sin embargo, existen algunas lagunas en los marcos existentes y retos inherentes a la eficacia de dichos marcos.

En primer lugar, muchas directrices no son vinculantes. Las directrices existentes pueden dividirse en dos categorías: 1) marcos jurídicos que establecen normas vinculantes para periodistas y medios de comunicación que suelen limitarse a cuestiones de difamación, protección de la juventud y derecho de réplica (Fengler et al., 2011); 2) directrices éticas y de calidad que los periodistas deben acatar voluntariamente. La segunda categoría se basa en la autorregulación de los periodistas, los grupos de interés de periodistas y las empresas de medios de comunicación.

En segundo lugar, la política de medios de comunicación es, en gran medida, un asunto nacional y las normas varían de un país a otro. Esto dificulta la aplicación de normas en toda la UE. Un reciente intento de la Comisión Europea de introducir una política para proteger el pluralismo y la independencia de los medios de comunicación en la UE -la Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación (Comisión Europea, 2022)- recibió reacciones en contra por parte de algunos Estados miembros, periodistas y editores (Goujard, 2022). Aunque la iniciativa pretende poner en tela de juicio la influencia y la presión de los gobiernos sobre los medios de comunicación en países como Hungría y Polonia, periodistas y gobiernos desconfían de los efectos negativos sobre la libertad de prensa si la supervisión de los medios se convierte en una responsabilidad centralizada de la UE.

La UE ya ofrece algunas orientaciones políticas al abogar por el pluralismo de los medios de comunicación, que incluye medidas para ofrecer contenidos diversos y garantizar que diferentes actores y opiniones tengan la oportunidad de hacerse oír en los medios (Consejo de la Unión Europea, 2020). El pluralismo de los medios de comunicación se centra en cuatro cuestiones

- *Un panorama mediático polarizado y fragmentado agrava el problema*

- *La información equilibrada depende a menudo de la autorregulación y la conciencia del periodista*

- *La estandarización en los Estados miembros de la UE es difícil.*

fundamentales: protección fundamental, pluralidad de mercado, independencia política e inclusión social. La pluralidad del mercado y la independencia política se ven amenazadas por la concentración de la propiedad de los principales medios de comunicación y, en ocasiones, por la falta de transparencia de las líneas editoriales (Craufurd et al., 2021). El Euromedia Ownership Monitor señala distintos grados de concentración y transparencia de la propiedad de los medios de comunicación en la UE. Hasta la fecha, la regulación de la propiedad en la UE no ha conseguido acabar con las estructuras oligopolísticas de los medios de comunicación (Trappel & Meier, 2022). Las empresas de medios de comunicación también carecen de inclusividad. Según los últimos informes del Observatorio del Pluralismo en los Medios de Comunicación, las mujeres están infrarrepresentadas en los puestos directivos y los grupos minoritarios están infrarrepresentados en los medios de comunicación (el tiempo de emisión no es proporcional a su tamaño demográfico).

Por último, no existen suficientes marcos normativos para abordar la cuestión de la desinformación y la incitación al odio. Sin embargo, pueden encontrarse ejemplos positivos en Alemania y Finlandia, donde se han implantado con éxito marcos contra la desinformación (Bleyer- Simon et.al., 2021: 156).

Dadas las diferencias entre los medios de comunicación nacionales, su regulación y sus códigos de conducta, el papel de la UE debería facilitar el intercambio de conocimientos entre los Estados miembros, para ofrecer orientaciones sobre las mejores prácticas que puedan adaptarse al contexto local.

En tercer lugar, una información inclusiva y de calidad también requiere una financiación adecuada. Las subvenciones a la prensa son una práctica común en los países de la UE. O bien, las empresas de medios de comunicación obtienen subvenciones indirectas a través de la reducción del IVA, y/o pueden solicitar subvenciones directas (Deutscher Bundestag, 2019). Si bien el objetivo de estas subvenciones es fortalecer la calidad y la diversidad de la prensa y apoyar la transición digital de los medios de comunicación impresos (por ejemplo, en Austria), la distribución de los fondos ha sido criticada por falta de transparencia. Además, se ha denunciado que los medios que informaban positivamente sobre el Gobierno han recibido (más) fondos. Por lo tanto, estas herramientas necesitan una puesta a punto y una mejor supervisión.

Aunque algunas de las deficiencias actuales serán más difíciles de subsanar, como una estrategia a escala de la UE para una información de calidad o normas más estrictas (vinculantes) para una información equilibrada, se pueden dar algunos pasos a escala nacional y local para mejorar la información de los medios de comunicación sobre migración. Sugerimos las siguientes 5 recomendaciones para ampliar las directrices y prácticas existentes para una información de calidad en los principales medios de comunicación.

- *La UE aboga por el pluralismo de los medios de comunicación. Sin embargo, la responsabilidad de salvaguardar el pluralismo sigue recayendo en los Estados miembros.*

- *Se necesita financiación adecuada para elaborar informes inclusivos y de alta calidad.*

## ● Recomendaciones

### **Recomendación 1: Impartir formación y sensibilizar a los periodistas sobre información equilibrada**

Una formación específica para periodistas que sensibilice sobre la información problemática sobre cuestiones de migración y su impacto en las percepciones de la migración, así como en las percepciones de los migrantes, puede proporcionar a los periodistas y estudiantes de periodismo habilidades adicionales para mejorar la información equilibrada. El manual de la UNESCO para educadores de periodismo (Fengler et al., 2021) y el manual de información sobre migración para periodistas (ICMPD, 2021) ofrecen buenos recursos a este respecto.

### **Recomendación 2: Fomentar la cooperación entre el periodismo y la investigación**

Para evitar un encuadre negativo y fomentar una mejor contextualización de los debates sobre política migratoria, la información sobre migración puede beneficiarse del reconocimiento de los resultados recientes de la investigación sobre migración. Sin embargo, los resultados científicos pueden ser difíciles de interpretar para el público no académico. Una cooperación más estrecha entre investigadores y periodistas puede ayudar a evitar malentendidos y a llamar la atención del público sobre los conocimientos más avanzados, en particular los resultados de los proyectos de Investigación e Innovación financiados por la UE.

### **Recomendación 3: Incentivar a los medios de comunicación para que contraten a periodistas de origen inmigrante.**

El periodismo se beneficia de la diversidad de perspectivas. Dado que los medios de comunicación siguen estando dominados por una plantilla relativamente homogénea, que no refleja necesariamente la diversidad de orígenes de su audiencia, los incentivos públicos a la contratación de periodistas de origen inmigrante pueden impulsar la diversidad en el lugar de trabajo y en la información. Además, los gobiernos deberían conceder becas a estudiantes altamente cualificados de origen inmigrante que deseen formarse en periodismo o realizar prácticas en un medio de comunicación. A su vez, una plantilla más diversa también puede aumentar la capacidad de los medios de comunicación para llegar al público de origen inmigrante y proporcionarle información de alta calidad y de confianza.

### **Recomendación 4: Financiar medios de comunicación dirigidos por personas migrantes y noticias para personas migrantes**

Apoyar económicamente a los medios de comunicación de calidad que den voz a los puntos de vista de las personas migrantes y ofrezcan un relato más

#### Recomendaciones:

- *Formación a periodistas*
- *Fomentar la cooperación entre la investigación y el periodismo*
- *Crear incentivos para la formación y contratación de personas migrantes en el ámbito periodístico*

profundo y personal de la vida de las personas migrantes en las comunidades de acogida. Los periódicos, revistas, emisoras de radio y canales de televisión dirigidos por las personas migrantes pueden contribuir a la diversidad del panorama mediático, aportar información importante que puede ser recogida por los principales medios de comunicación y satisfacer las necesidades específicas del público inmigrante, por ejemplo, ofreciendo información en su lengua materna o abordando cuestiones de especial relevancia para los colectivos de personas migrantes. La financiación de medios más pequeños y de mayor calidad también contribuye a contrarrestar la concentración de la propiedad de los medios en los países de la UE.

## **Recomendación 5: Compartir las mejores prácticas de las políticas de medios entre países**

Como se espera que la política de medios de comunicación siga siendo principalmente un asunto nacional, la UE puede intensificar su papel en el intercambio de buenas prácticas entre los Estados miembros, de modo que la legislación y la política de medios de comunicación puedan guiarse por el conocimiento de lo que ha funcionado en cada contexto nacional. Dado que el panorama de los medios de comunicación está evolucionando rápidamente, las estrategias para garantizar una información de alta calidad sobre las cuestiones migratorias, la lucha contra la desinformación sobre la migración y la polarización de la cuestión pueden desarrollarse mejor aprovechando las experiencias de otros Estados miembros.

- *Financiar medios de comunicación producidos por personas migrantes*

- *Compartir buenas prácticas entre diferentes países*

## ● **Referencias**

### ○ **Bibliografía**

Arcimaviciene, L., & Baglama, S. H. (2018). Migration, metaphor and myth in media representations: The ideological dichotomy of “them” and “us”. *Sage Open*, 8(2), 2158244018768657. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2158244018768657>

Berry, M., Garcia-Blanco, I., & Moore, K. (2015). *Press Coverage of the Refugee and Migrant Crisis in the EU: A Content Analysis of Five European Countries. Report prepared for the United Nations High Commission for Refugees*. Cardiff school of Journalism. <https://www.unhcr.org/protection/operations/56bb369c9/press-coverage-refugee-migrant-crisis-eu-content-analysis-five-european.html>

Bleyer-Simon, K. Brogi, E., Carlini, R., Nenadic, I., Palmer, M., Parcu, P.L., Verza, S., Viola de Azevedo Cunha, M. Žuffová, M. (2021). Monitoring Media Pluralism in the Digital Era. Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, Republic of Macedonia, Serbia &



Turkey in the year 2020. Centre for Media Pluralism and Media Freedom Country Reports. European University Institute. [https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71970/CMPF\\_MPM2021\\_final-report\\_QM-09-21-298-EN-N.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/71970/CMPF_MPM2021_final-report_QM-09-21-298-EN-N.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020XG1207\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020XG1207(01))

Craufurd Smith, R., Klimkiewicz, B., & Ostling, A. (2021). Media ownership transparency in Europe: Closing the gap between European aspiration and domestic reality. *European Journal of Communication*, 36(6), 547–562. <https://doi.org/10.1177/0267323121999523>

Deutscher Bundestag (2019). Modelle zur Förderung lokaler Medienvielfalt in EU-Mitgliedstaaten. Sachstand WD 10 -3000-038. <https://www.bundestag.de/resource/blob/651774/78e41173fcbca7309f9ca78b060d8c19/W D-10-038-19-pdf-data.pdf>

Eberl, J.-M., Meltzer, C. E., Heidenreich, T., Herrero, B., Theorin, N., Lind, F., Berganza, R., Boomgaarden, H. G., Schemer, C., & Strömbäck, J. (2018). The European media discourse on immigration and its effects: A literature review. *Annals of the International Communication Association*, 42(3), 207–223. <https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1497452>

European Commission (2022): European Media Freedom Act - Proposal for a Regulation and Recommendation. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/european-media-freedom-act-proposal-regulation-and-recommendation>

Fengler, S., Eberwein, T., Leppik-Bork, T., (2011). Mapping Media Accountability – in Europe and Beyond. In: Eberwein, T, Fengler, S, Lauk, E, Leppik-Bork, T, (eds.) Mapping Media Accountability –in Europe and Beyond. Köln: Halem. p7-22.

Fengler, S., Lengauer, M., & Zappe, A.-C. (eds.). (2021). Reporting on Migrants and Refugees. Handbook for Journalism Educators. Paris: UNESCO.

Fengler, S., Kreutler, M. (2020). Migration coverage in Europe's media A comparative analysis of coverage in 17 countries OBS Working Paper 39. [https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user\\_data/stiftung/02\\_Wissenschaftsportal/03\\_Publikationen/AP39\\_Migration\\_EN.pdf](https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/02_Wissenschaftsportal/03_Publikationen/AP39_Migration_EN.pdf)

Global Compact for Safe, Orderly and Regular Migration, A/RES/73/195 (2018). <https://undocs.org/A/RES/73/195>

Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. New York, NY.

Goujard, C. (2022). We're fine as we are, Press tells EU as Brussels plans media freedom law. Politico. <https://www.politico.eu/article/eu-law-to-protect-media-freedom-scares-off-press-publishers/>

ICMPD (2021). MOMENTA project launches new handbook on migration reporting for journalists. <https://www.icmpd.org/news/import-news-september/momenta-project-launches-new-handbook-on-migration-reporting-for-journalists>

ICMPD (2022). EUROMED Migration V Study. How did the media in European countries cover migration in 2019-2020?

[https://www.icmpd.org/file/download/58167/file/EUROMED\\_Migration\\_V\\_Study\\_How\\_did\\_the\\_media\\_in\\_European\\_countries\\_cover\\_migration\\_in\\_2019-2020\\_EN.pdf](https://www.icmpd.org/file/download/58167/file/EUROMED_Migration_V_Study_How_did_the_media_in_European_countries_cover_migration_in_2019-2020_EN.pdf)

Hollander, B. A. (2008). Tuning out or tuning elsewhere? Partisanship, polarization, and media migration from 1998 to 2006. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(1), 23-40.

Trappel, J., & Meier, W. A. (2022). Chapter 7. Soaring media ownership concentration: Comparing the effects of digitalisation on media pluralism and diversity. In Success and failure in news media performance: Comparative analysis in the Media for Democracy Monitor 2021 (pp. 147–164). <https://doi.org/10.48335/9789188855589-7>

## ○ Páginas Web

[www.perceptions.eu](http://www.perceptions.eu)

[project.perceptions.eu](http://project.perceptions.eu)

## ○ Deliverables

Bermejo, R. & Carrasco, S. (2021). Multi-perspective Research Report. Deliverable 3.5, PERCEPTIONS project, GA No. 833870. Submitted for publication.

## ○ Contacto

[Office@perceptions.eu](mailto:Office@perceptions.eu)

[Melina.breitegger@synyo.com](mailto:Melina.breitegger@synyo.com)

[diotima.bertel@synyo.com](mailto:diotima.bertel@synyo.com)



Acknowledgement: This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 Research and Innovation Programme under Grant Agreement No 833870.

**Disclaimer:** The content of this publication is the sole responsibility of the authors, and in no way represents the view of the European Commission or its services.