CURSO VIRTUAL

COMUNICACIÓN Y MIGRACIÓN

OIM-FLACSO

Profesor: Gustavo Fuchs

MÓDULO 3

El papel de los medios de comunicación en la construcción colectiva de imaginarios alrededor de la migración

FLACSO COSTA RICA

OIM ONU MIGRACIÓN

OBJETIVO

Brindar herramientas a profesionales en el área del periodismo para comunicar de manera ética información entorno a la migración.

1 Narrativas predominantes alrededor de la migración en medios de comunicación

¿Cuáles son las narrativas predominantes alrededor de la migración en los medios de comunicación?

Sensacionalismo:

La deshumanización de las personas migrantes hace que aparezca el miedo.

Un ejemplo de ello son las metáforas hidráulicas:

- Ola de refugiados.
- Avalancha de migrantes.
- Flujo de extranjeros.

Paternalismo:

Algunos periodistas se ven tentados a abogar por el "periodismo positivo". Por ejemplo, resaltando únicamente las "historias de éxito", las historias de las personas migrantes que lo han "logrado" (OIM, 2019a).

Es importante señalar que no existe el periodismo positivo, solo el buen y el mal periodismo. Informar de manera independiente significa no esconder nada sobre la realidad de la migración, incluso ciertos aspectos que pueden inquietar a los y las periodistas o contradecir sus convicciones o visiones preconcebidas.

COVID 19:

Es importante resaltar que existe una narrativa coyuntural sobre la migración en el contexto COVID-19. Para muchos, hay una relación estrecha entre personas migrantes y la propagación del virus. Si bien esto no es así, porque la COVID-19 no discrimina entre personas migrantes y sus comunidades de acogida.

2

La representación periodística y mediática de la migración

Las y los periodistas tienen la tarea de escuchar y poner en conversación las diferentes formas de representación de las personas migrantes y del fenómeno de las migraciones. Así como entender que la definición de lo que es un migrante, un refugiado, un exiliado o un deportado no es solo un tema jurídico ni objetivo, sino que el campo de estas definiciones es un espacio en contingencia, porque precisamente lo que se juega en dicho campo es el lugar político de los sujetos, actores y agentes de la migración, es decir, la manera cómo son representados (Esguerra, 2019).

3

Superación de lugares comunes: la tendencia a la criminalización y securitización

Hay notas en las que se destaca la nacionalidad de quienes presuntamente cometen delitos, ha sido reproducida en muchos medios de comunicación en la región y el mundo. Estas representaciones coadyuvan en la elaboración de discursos securitistas estatales y supraestatales, que ven la migración como un problema de seguridad nacional y también como una amenaza para el bienestar.

Los medios de comunicación, en algunas oportunidades, contribuyen a crear un ambiente de alarma en el que la migración es mostrada como un hecho excepcional que conlleva un estado de emergencia, en el que una sociedad parece estar en un inquietante riesgo por la llegada de personas que son consideradas invasoras y, en consecuencia, una amenaza(Esguerra, 2019)

4 Las personas migrantes como agentes de cambio y desarrollo en sus comunidades de origen y de residencia

Las personas migrantes a menudo aportan beneficios significativos a sus nuevas comunidades en la forma de competencias, fortalecimiento de la fuerza laboral, inversión y diversidad cultural. También juegan un papel en la mejora de la vida de las comunidades en sus países de origen, a través de la transferencia de habilidades y recursos financieros, contribuyendo a resultados positivos en términos de desarrollo.

Enfoques diferenciales: enfoque de género y étnico

El género y la etnia influyen en las razones de la migración, quién migra, hacia dónde y cómo migra, las redes que utiliza, las oportunidades y recursos disponibles en los lugares destinos y sus relaciones con los países de origen, tránsito y destino.

Por lo tanto, se ha propuesto profundizar en el enfoque interseccional a la hora de cubrir migración. Es decir, aquel que reconoce que las personas viven identidades múltiples, que pertenecen a más de una comunidad a la vez y, por lo tanto, pueden recibir trato privilegiado y discriminatorio al mismo tiempo (AWID, 2004).

5 Tendencias actuales en noticias: clickbait, fakenews, y otras

Si bien no es ético que un medio o periodista publique fakenews, existen algunas prácticas que se han popularizado y que en ocasiones son utilizadas como recurso periodístico. De hecho, la organización First Draft News identifica varias formas de desinformación que son muy comunes. Entre ellas se encuentran:

Falsa conexión:

Consiste en escribir un titular muy atractivo pero el contenido en el texto no tiene nada que ver con lo que decía el titular.

Contenido manipulado:

Manipular imágenes y videos con el fin de distorsionar la realidad con fines políticos o comerciales.

Falso contexto:

El contenido es real, pero es ubicado en otro contexto, por lo que resulta en información falsa para nuestra realidad.

6 ¿Cómo dar un tratamiento integral al tema migratorio en los medios?

Recomendaciones

- Definir una línea editorial dentro del medio de comunicación sobre la migración y la integración de las personas migrantes.
- Acercarse de manera honesta y sensible a los temas migratorios. Además de prepararse para abordar el tema, es necesario ponerse en los zapatos de la persona migrante.
- Entender los deberes y derechos que hay detrás de la migración, junto con garantizar el principio de acción sin daño.
- Mantener una comunicación cercana con las personas migrantes y sus comunidades de acogida, con esto podrá contrarrestar los clichés y la tergiversación de los hechos.
- Examinar si todos los actores (gobierno, empresarios, sociedad civil, la población migrante y la población de acogida) cumplen con la ley.
- Investigar y denunciar casos de delitos donde las víctimas sean las personas migrantes (trata y tráfico de personas, explotación sexual, explotación laboral, violencia de género, delitos de odio).
- Ser innovador para contar la misma historia desde otros ángulos.
- Tratar de colocar la información al servicio de la población migrante.

6 ¿Cómo dar un tratamiento integral al tema migratorio en los medios?

Errores

- Decir que una persona es “ilegal”. Cuando una persona migrante no oficializa su ingreso o permanencia en un país se encuentra en “condición de irregularidad”.
- No contratar a una persona especializada en temas de migración.
- Tener a más de un periodista cubriendo el mismo tema, pero sin una misma línea editorial.
- No ser coherente con su posición frente a la migración en el tiempo.
- Usar datos estadísticos de manera aislada y/o sin contrastarlos. También se debe dar a la audiencia los recursos que le permitan dimensionar el dato que estamos presentando.
- Utilizar expresiones que dan a entender que las personas migrantes son una amenaza. Por ejemplo, hablar de “crisis migratoria” genera en las personas una sensación de amenaza o de alerta.
- Ignorar o invalidar los aportes que las personas migrantes hacen al desarrollo económico, social y cultural de los países de origen, tránsito y acogida.

7 Uso correcto de datos sobre migración

Cubrir y contar la migración de la manera correcta implica:

1. Consultar fuentes idóneas de información (sin olvidar que, por su propia naturaleza de fenómeno informal, la migración irregular no encaja en los sistemas de recopilación de datos).
2. Gestionar y establecer acuerdos de coordinación y cooperación sobre acceso, uso, intercambio y publicidad de datos, especialmente con academia, gobierno y organismos internacionales.
3. Establecer protocolos de contacto, entrevista y de uso y protección de datos (haga uso del consentimiento informado cuando sea necesario).
4. Apoyar y promocionar las medidas de promoción de registro, estos deben ser sistemas de registro fáciles de usar e informar a las personas migrantes sobre beneficios y servicios a los que tendrán acceso.
5. Recolectar y analizar datos cuantitativos y cualitativos.
6. Construir análisis sobre datos desagregados por sexo, género, profesión, edad, etc.
7. Incluir a las personas migrantes en la recopilación y análisis de datos.
8. Verificar y triangular los datos en todo momento.
9. Mantener bases de datos actualizadas.

Recursos bibliográficos

Consejo de Redacción (2020). *ABC para investigar y publicar una historia de migración.* Recuperado de: https://consejoderedaccion.org/component/zoo/abc-para-investigar-y-publicar-una-historia-de-migracion

Esguerra, C. (2019). *Capítulo 1: La representación periodística de las migraciones.* En: Morelo, G. (Ed.) Pistas para contar la migración: Investigar historias en movimiento. Recuperado de: https://consejoderedaccion.org/webs/Pistas-Migracion/

Ethical Journalism Network (2016). *Guía de cinco puntos para mejorar la información sobre la migración.* Recuperado de: https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/infographics/ethical-guidelines-on-migration-reporting-spanish

Fundación porCausa (2019). *Generar una nueva narrativa sobre los movimientos de las personas en el mundo*. Recuperado de: https://porcausa.org/wp-content/uploads/2019/05/Nueva-narrativa-migratoria-para-incluir-en-la-Gui%CC%81a.pdf

International Organization for Migration (IOM). (2015). *Gender and Communications Toolkit. Media and Communications Division and Gender Coordination Unit OIM*. Recuperado de: https://www.iom.int/sites/default/files/about-iom/gender/IOM-Gender-and-Communications-Toolkit-2015.pdf

International Organization for Migration (IOM). (2017). *Media Coverage on Migration: Promoting a Balanced Reporting.* Recuperado de: https://publications.iom.int/system/files/pdf/media_coverage_on_migration.pdf

International Organization for Migration (IOM). (2019a). *Media coverage of migration based on International Law and Evidence: Journalist guide*. Recuperado de: https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/IOM%20Tunisia_MEDIA%20COVERAGE%20OF%20MIGRATION_Journalist%20Guide.pdf

International Organization for Migration (IOM). (s.f.). *Preparatory work for an Ethical charter on media coverage of migration.*

Lobo, R. Javier Bauluz: *"Quiero que las fotos vayan al corazón o a la cabeza, no al estómago"*. (s.f.). JOT DOWN. Recuperado de: https://www.jotdown.es/2013/02/javier-bauluz-quiero-que-las-fotos-vayan-al-corazon-o-a-la-cabeza-no-al-estomago/

FLACSO
COSTA RICA

OIM
ONU MIGRACIÓN