



Comunicación y migración

Módulo 4: Módulo especializado para comunicadores
gubernamentales e institucionales

Facilitado por:
Larissa Tristán - Jiménez





MÓDULO 4

SESIÓN	2
--------	---



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN



MÓDULO 4 | Contenidos

SESIÓN 1

1

Principios de Comunicación para el Desarrollo C4D

2

¿Cómo se aplican esos principios a la comunicación institucional?

3

Innovación en el modelo de C4D

SESIÓN 2

1

Comunicación con personas migrantes desde organizaciones no especializadas

2

Estrategias para generar campañas de comunicación

3

Buenas prácticas en redes sociales

OBJETIVO



Brindar **herramientas** a profesionales de áreas diversas de la comunicación **para crear contenidos gráficos y audiovisuales sobre migración desde un posicionamiento ético e informado.**





CONTENIDO 1

CONCEPTOS CLAVE



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN



¿Por qué debería una organización cuyo público meta no son las personas migrantes realizar un **entrenamiento especializado en migración y comunicación?** ?



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN



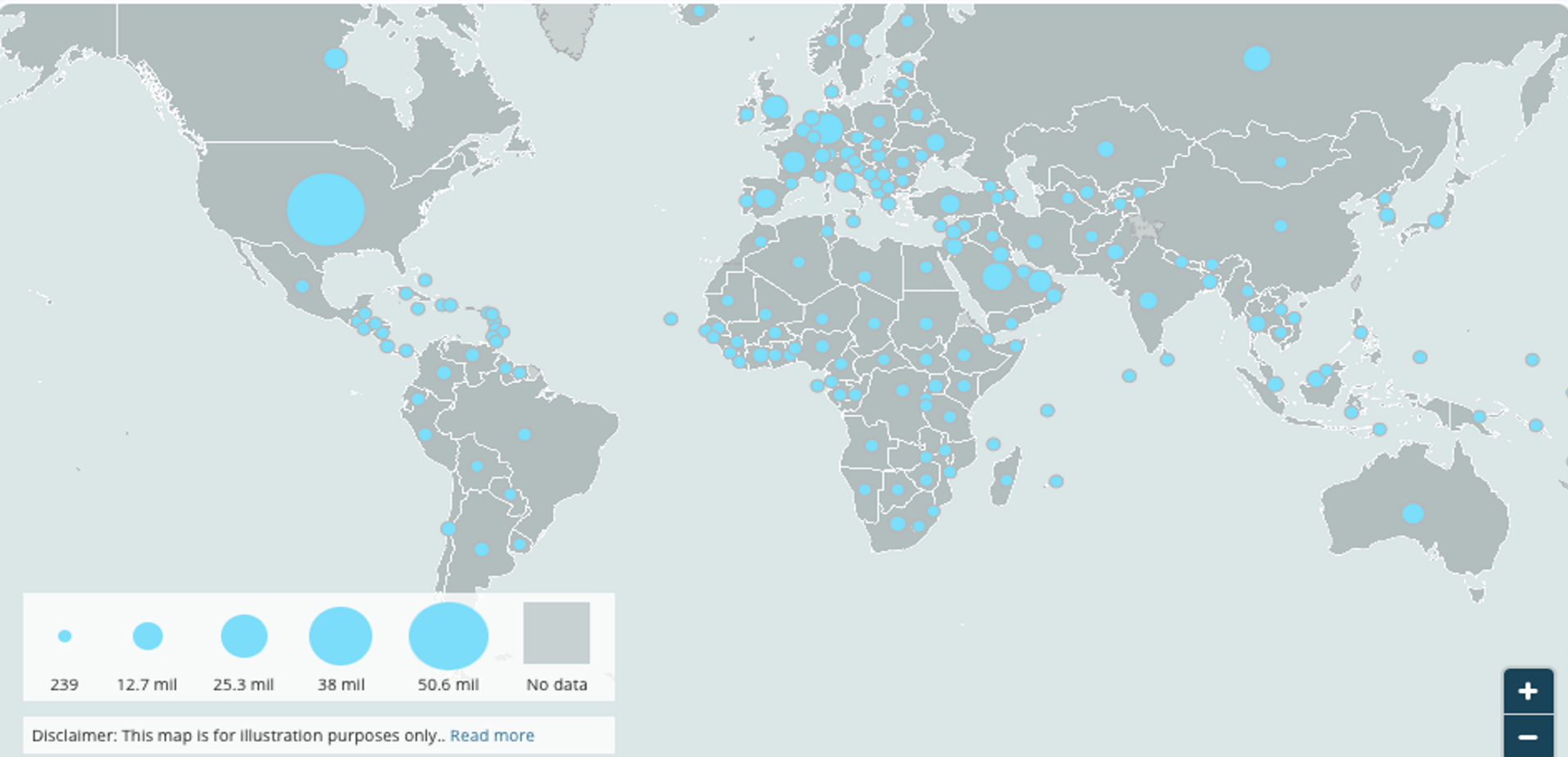
Por el reconocimiento de la humanidad de las personas migrantes y de las múltiples vulnerabilidades de las que son objeto por su condición migratoria.



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN



Source: UN DESA, 2020
Latest data upload on 20 January 2021





Tendencias globales

- Para el año 2020 se contabilizaron 281 millones de personas migrantes en todo el mundo.
- Todos los países de la región tienen una población migrante considerable, esto significa que la mayoría de los habitantes de cualquier país interactúan con personas migrantes.
- Las personas migrantes están amparadas por los derechos humanos fundamentales que son vinculantes en todos los Estados.
- Las personas migrantes requieren servicios de salud, educación, banca, se integran al mercado laboral y consumen bienes locales.
- No sólo las instituciones de migración deben contar a las personas migrantes como sus usuarias, todas las las instituciones deben tener en cuenta a las personas inmigrantes al planear acciones de comunicación pública e información.



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN

Barreras que enfrentan las personas migrantes

Mayores trámites para acceder a permisos de trabajo

Necesidad periódica de renovación de documentos

Disponibilidad de menor ingreso libre por envío de remesas sus países de origen.

Encuesta (mediante Zoom)

- **¿En mi experiencia he experimentado algunas de esas barreras?**
1. Mayores trámites y / o requisitos para acceder a puesto de trabajo, obtener un servicio o cumplir con algún trámite.
 2. Disponibilidad de menos ingresos por envío de remesas.
 3. Me han dicho algún comentario en relación con la forma en la que hablo o mi apariencia.





CONCEPTOS CLAVE

Sesgos inconscientes

Estigmatización

Discriminación

Comunicación intercultural



Sesgos inconscientes

- ❑ Se definen como un conjunto de información, actitudes y estereotipos que impactan nuestras decisiones y acciones.
- ❑ En el caso de la inmigración, el sesgo ocurre cuando imaginamos o pensamos que existe un tipo único de persona migrante.
- ❑ Proviene de nuestra socialización y se confirman o contradicen cuando recibimos información.
- ❑ Los medios de comunicación suelen reforzar esas imágenes.

Historias diversas

- ❑ *Las migraciones son multicausales.* Por eso es incorrecto hacer generalizaciones respecto a las personas migrantes, su aspecto, proveniencia, costumbres o condiciones de vida.

¿Por qué debemos identificar los sesgos?

-
1. Los sesgos no están necesariamente alineados con nuestros valores o principios. Alguien puede identificarse como feminista o anti-racista y no estar libre de sesgos.
 1. Son inconscientes, por lo tanto, es importante racionalizarlos.
 1. Las personas que trabajan en organizaciones que ofrecen servicios a población vulnerable deben hacer el ejercicio de racionalizar sus sesgos con el fin de identificar cómo impactan el servicio.

SESGO

Están marcados por la socialización y la cultura, pero suelen ser personales y se nutren de las experiencias individuales.

ESTEREOTIPO

Es más grupal y cumple la función de darle forma al “otro” así como aglutinar el “nosotros”.

Son categorizaciones que generalizan que se emplean para interpretar la realidad.



Los sesgos y estereotipos podrían evidenciarse en el subtexto de las comunicaciones públicas de las instituciones y de las organizaciones.

Las acciones de comunicación pública deberían procurar ser siempre inclusivas y respetuosas de todas las poblaciones.

¿Cómo opera el sesgo?

UN PADRE Y UN HIJO VIAJAN EN COCHE. TIENEN UN ACCIDENTE GRAVE, EL PADRE MUERE Y AL HIJO SE LO LLEVAN AL HOSPITAL PORQUE NECESITA UNA COMPLEJA OPERACIÓN DE EMERGENCIA.

LLAMAN A UNA EMINENCIA MÉDICA PERO CUANDO LLEGA Y VE AL PACIENTE DICE: "NO PUEDO OPERARLO, ES MI HIJO".



MÁS VIDEOS

La mamá es cirujano

BBC
NEWS

ACTIVIDADES

En cada país los estereotipos son diferentes.

El grupo se dividirá en *Brakeout Rooms* para hacer el ejercicio

Evidenciando estereotipos

Use el recuadro de la derecha para responder de la manera en que mejor se adapte a su país. Responda con honestidad

¿Quién cuida a los niños y niñas?	
¿Cómo se ve una persona con dinero?	
¿Qué significa “tener clase”?	
¿Qué tipo de personas reciben ayuda social?	
¿De dónde vienen las personas migrantes en nuestros país?	
¿A qué se dedican las personas migrantes?	



Compartiendo experiencias

- ¿He experimentado barreras culturales en mi interacción con otras personas?



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN

La Comunicación Intercultural

Las diferencias en experiencias y conocimientos pueden crear barreras para el entendimiento entre personas de diferentes culturas.

Incluso en escenarios libres de estereotipos y en los que se ha hecho un esfuerzo por evitar y reconocer sesgos

La Comunicación Intercultural busca el diálogo entre personas de distintas culturas, clases sociales y edad.

Migraciones

El contexto de mayor visibilidad para las barreras culturales.



¿Cómo entrenar la Comunicación Intercultural?

1

Enriquecer la propia competencia comunicativa: observar y controlar las manifestaciones de comunicación no verbal e intención de las propias acciones

2

Interesarse por la cultura de la otra persona: desarrollar un interés por los contextos de los que provienen otras personas y procurar tener conocimientos básicos al momento de interactuar con ellas.

3

Reflexionar sobre los contenidos y prácticas de la propia cultura: tomar consciencia del propio bagaje cultural, repensar las acciones que son normalizadas.



Consideraciones para la comunicación efectiva con las personas migrantes

- ☐ Comprender que las personas inmigrantes pueden tener culturas y conexiones muy diferentes, aunque provengan del mismo país.
- ☐ No todas las personas migrantes hablan el idioma oficial de su país de origen.
- ☐ Las acciones de comunicación deben ser personalizadas y sensibles a las culturas.
- ☐ Los materiales deben validarse antes de ser distribuidos con la opinión de personas del público meta.
- ☐ Los productos deben ser transmitidos a través de medios considerados confiables por la población migrante.
- ☐ Se recomienda explorar temas que puedan afectar particularmente a las personas migrantes.



Herramientas de comunicación y estrategias de involucramiento de las personas migrantes en el diseño de campañas de comunicación en tiempos de crisis



FLACSO
COSTA RICA

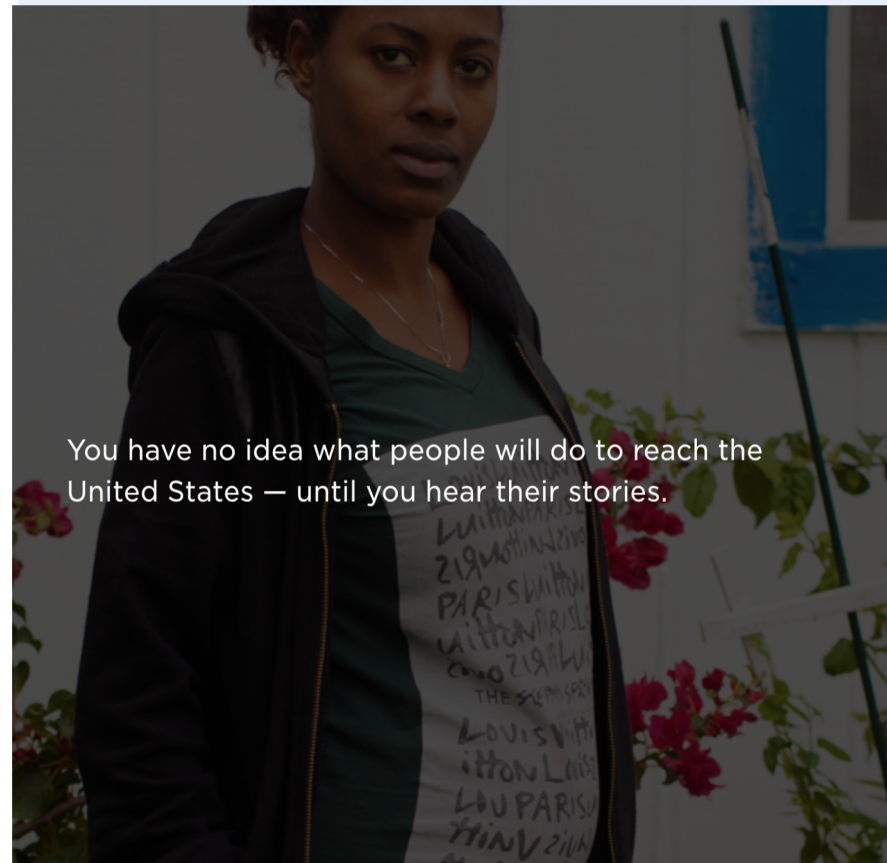


OIM
ONU MIGRACIÓN

1) Principios del *storytelling* con datos

- ❑ El *storytelling* consiste en aplicar las estructuras narrativas de la ficción a las estrategias de la comunicación.
- ❑ Objetivo: Convertir la información en historias que involucren a las audiencias.
- ❑ *Storytelling* + *datos* = Los datos por si solos no generan una conexión como sí puede hacerlo una historia que conecte la experiencia de las personas con el tema.

Proyecto Borderland





Elementos del *storytelling* con datos

- ❑ Adapta series de información para una visualización simple (mediante infografías, imágenes y video) para construir un hilo narrativo que de sentido a la información presentada.
- ❑ **Resultado** = una producción intermedia un documento apoyado en datos y una historia apoyada en recuerdos y asociaciones personales.

2) Acciones participativas

- ❑ Es necesario involucrar a las personas migrantes en las comunicaciones que les atañen.
- ❑ Participación vs pseudo-participación: situaciones en las que se involucra al público meta, pero sin que su presencia vaya a influir realmente en el resultado final.

Ejemplos de falsa-inclusión

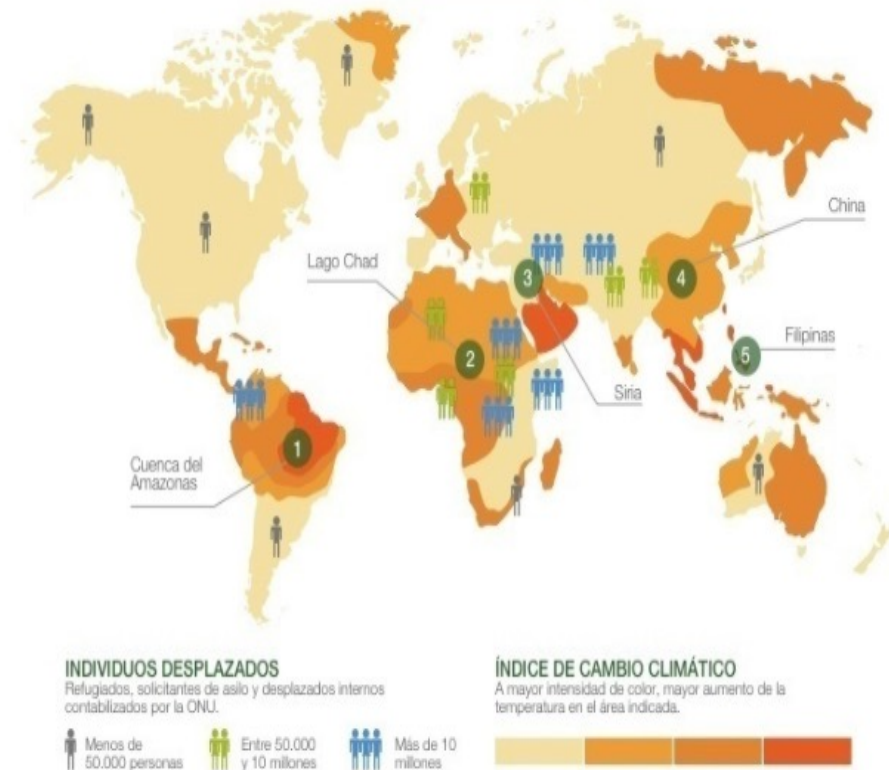
- 1) *Invitación:* se les llama a estar presentes cuando se ejecutan decisiones ya tomadas.
- 1) *Consulta:* se solicitan opiniones o sugerencias en un estado tardío del proceso de creación de materiales.
- 1) *Delegación:* se asignan tareas a personas del público meta, sin darles poder de decisión sobre las acciones necesarias.

Elementos del *storytelling* con datos

- ❑ Adapta series de información para una visualización simple (mediante infografías, imágenes y video) para construir un hilo narrativo que de sentido a la información presentada.
- ❑ **Resultado** = una producción intermedia un documento apoyado en datos y una historia apoyada en recuerdos y asociaciones personales.

Migraciones ambientales: una realidad a escala mundial

Principales áreas afectadas



2019

MOTIVOS DE MIGRACIÓN

PASTORAL DE
MOVILIDAD HUMANA

MOTIVOS PARA MIGRAR

9 de 10 personas migrantes identifican al **factor económico** como principal motivación para migrar



92.1%

económicos

8.3%

violencia organizada y delincuencia

3.5%

familiares

2%

persecución

0.8%

violencia en el hogar



VIOLENCIA 2º FACTOR DE MIGRACIÓN

1 de 10 personas migraron por violencia contra su integridad o de un familiar o conocido

58.6%

amenazas e intimidaciones

13%

homicidios o atentados

9.2%

extorsiones

7.5%

lesiones o heridas

5.2%

reducimiento forzoso



VULNERABILIDAD A LA VIOLENCIA: POR IDENTIDAD

15.2% de la población migrante fue víctima de algún hecho de violencia

13%

HOMBRES

31.2%

MUJERES

43.9%

RID

POR PAÍS:

79.5% HONDURAS • 8.6% EL SALVADOR • 2.2% GUATEMALA

acoger
proteger
promover
integrar



8.7%
de los
migrantes

RIESGO DE REGRESAR AL PAÍS DE ORIGEN

afirman tener riesgo si regresan a su país.

3 de cada 20 personas fueron identificados con necesidades de protección internacional.

1,960 personas necesitan protección, de acuerdo a la RPM de la PMH.

PRINCIPALES FACTORES DE MIGRACIÓN



POBREZA, FALTA DE TRABAJO Y VIOLENCIA

9 de 10 personas migraron por falta de oportunidades laborales, condiciones precarias o pobreza.

Un 8.3% migrantes huyen por **violencia organizada, delincuencia y pandillas**, pero también por violencia de **pareja y sexual**



PERPETRADORES DE VIOLENCIA QUE MOTIVAN LA MIGRACIÓN

Las pandillas comentan entre el 75% y el 90% de estos hechos de violencia:

- extorsiones (92.2%),
- reclutamiento forzoso (88.9%),
- amenazas e intimidaciones (79.9%),
- homicidios o atentados (75.4%) y
- lesiones o heridas (69.7%).



OTROS PERPETRADORES DE VIOLENCIA

Delincuencia común (11.5 %) Autoridades públicas (12 %).



Y es la inacción o complicidad de los Estados y Gobiernos (como garantes de la seguridad y la vida) los que obligan a migrar de la región norte de Centroamérica.



OIM
ONU MIGRACIÓN

3) Participación activa de las personas migrantes

- ❑ Solicitarles información sobre las preocupaciones, temores y creencias de sus comunidades.
- ❑ Incorporarlas en el diseño de estrategias de comunicación sobre migración.

Recomendaciones de la OIM para comunicar en pandemia

- Durante la pandemia ha habido un aumento en la discriminación de las personas migrantes.
- Se recomienda prevenir y abordar de forma proactiva el estigma, la discriminación y la xenofobia relacionada con la COVID-19 mediante estrategias de comunicación.



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN

4) Redes sociales: buenas prácticas para creadores de contenido y administradores

- ❑ *Principio básico:* el ejercicio de la libertad de expresión debe estar libre de expresión de odio y de exclusión.
- ❑ El estudio de las RRSS permite identificar cómo las personas usuarias perciben, estiman, atacan o ignoran la información acerca de la migración.

Recomendaciones

- 1) Conocer las políticas de manejo de odio, discriminación y denuncia de las RRSS.
 - 2) Seguir las páginas de organizaciones, campañas, líderes y activistas que promueven la integración de las personas migrantes en su país.
-
- 1) Compartir su contenido para fomentar la sensibilización sobre el tema.
-
- 1) No entrar en el juego de la agresión con interlocutores que reproducen xenofobia. En caso necesario, valorar si la respuesta es mejor privada o pública.

¿Cómo informar adecuadamente sobre temas relacionados con la migración?



Delilah Gutiérrez, de 10 años, protesta contra la política migratoria del presidente Trump, en San Francisco, en febrero. MARCIO JOSÉ SÁNCHEZ AP

Fuente: OIM <https://rosanjose.iom.int/SITE/es/blog/como-abordar-la-migracion-en-los-medios-7-recomendaciones-para-periodistas>

Recomendaciones

- 1) **Elegir adecuadamente las palabras** (evite usar términos como “indocumentados” o “ilegales”. En caso de duda, consulte el Glosario de la OIM.
- 2) **Respete la dignidad de quiénes emigran** evitando usar metáforas o lenguaje deshumanizante.
- 3) **Desafíe el discurso del odio** evitando usar expresiones estereotipadas y negativas sobre el origen étnico de las personas sospechosas.
- 4) **Promueva el discurso público** basado en evidencia

5) **Confronte y verifique los hechos** e incluya a personas migrantes en sus informaciones.

Campañas que promueven la integración de personas refugiadas o migrantes en redes sociales



Campaña del ACNUR



OIM
ONU MIGRACIÓN

Análisis

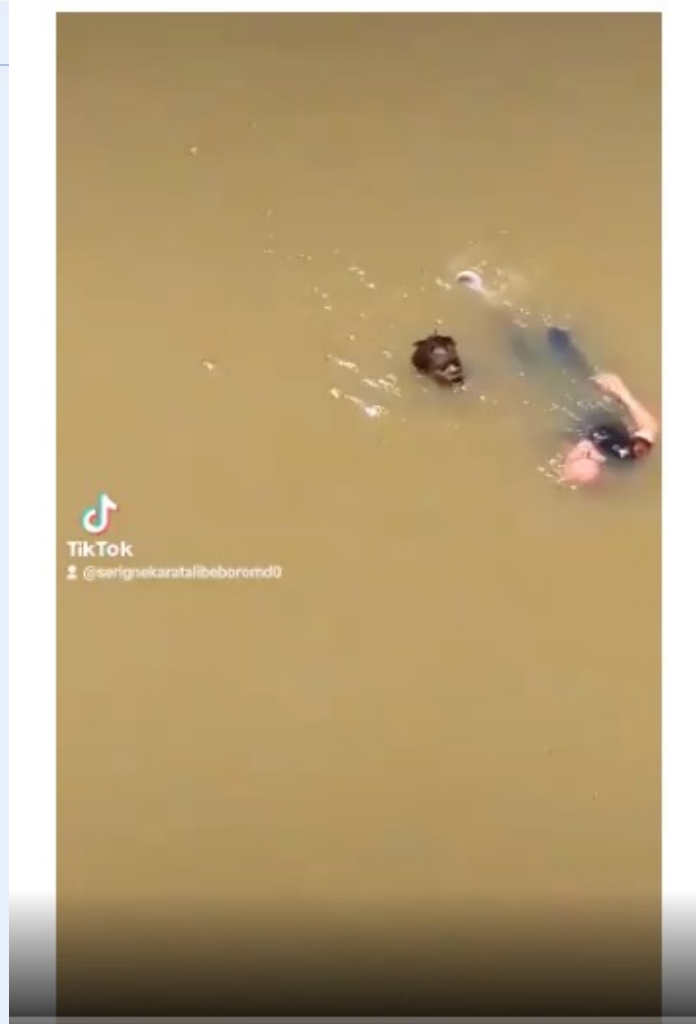
- Cobertura noticiosa de una noticia sobre el acto de cuatro inmigrantes senegaleses en Galicia.
- Análisis de Instagram y TikTok

Titular de la noticia

SOCIEDAD

Cuatro inmigrantes salvan la vida a un hombre que cayó a la ría de Bilbao por un desvanecimiento

Los hechos ocurrían este domingo, cuando tuvieron que lanzarse al agua y sacarlo con serias dificultades al precipitarse de un puente





Antes de publicar evaluar si ...

1. ¿Este contenido está libre de odio y de estereotipos?
1. ¿Esta es la imagen correcta?
1. ¿Entiendo las consecuencias de lo que voy a publicar?



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN

RECOMENDACIONES



No utilizar planos en picado.
Transmiten inferioridad o posición débil

ALTERNATIVA



Utilizar planos normales
Transmiten relaciones horizontales, igualitarias.



Actividad grupal: ¿Cómo lo puedo hacer?

- Identificar una situación de crisis que haya vivido su país y elegir una población migrante que se haya visto afectada por esta crisis.



Situación de crisis: Población Vulnerable:

¿Cómo me acerco a la realidad de las personas migrantes de mi territorio?	¿Cuáles son las características de las personas migrantes en mi territorio?
¿Cuáles son sus fortalezas?	¿Qué quiero comunicar? ¿A quién quiero llegar con mi mensaje?



OIM
ONU MIGRACIÓN



Síntesis y cierre del taller

Gracias



FLACSO
COSTA RICA



OIM
ONU MIGRACIÓN