



Guía didáctica

para el correcto tratamiento
mediático de las migraciones



La mar de gente Comunicación

Coordinadora de la guía

En La mar de gente entendemos la comunicación como una herramienta de transformación social. Activamos y fortalecemos la capacidad y estrategias de comunicación de empresas, organizaciones y ciudadanos para que consigan mejorar el impacto social que buscan. Asimismo, somos un espacio multidisciplinar para profesionales de la comunicación y el diseño donde respetamos las condiciones dignas de nuestra profesión, así como la información per se. Entendemos este respeto como la producción, difusión y consumo de información veraz, rigurosa, transparente y no violenta.



Fundación por Causa

Autora de la guía

La Fundación por Causa combina el periodismo, la investigación académica y la comunicación para informar llegando de la forma más eficiente a las audiencias y mejorar la calidad del debate público. Especializada en migraciones desde el año 2016, por Causa trabaja en 4 áreas que incluyen: Industria del Control Migratorio, Alternativas al control migratorio (economía de las migraciones), Infancia y Juventud y Nuevas Narrativas alternativas al discurso del odio. Además, organiza anualmente el Congreso Internacional de Periodismo de Migraciones.

Prólogo

Los movimientos de personas han sido una constante universal. Lo que ha variado de una sociedad a otra es la gestión que de ellos se ha hecho. Las instituciones internacionales y supranacionales, como las Naciones Unidas o la Unión Europea, nos interpelan a los gobiernos a garantizar, especialmente en este momento, la convivencia, el respeto y los derechos y libertades de todas las personas, y a trabajar para eliminar cualquier atisbo de racismo o xenofobia que suponen una ruptura social, de lo que el pasado más reciente nos da buena muestra.

Actualmente vivimos tiempos inciertos en los que la desinformación y los discursos de odio están reviviendo fantasmas de un pasado que creímos superado. En este momento, combatir el racismo y la xenofobia se ha convertido en una exigencia democrática de primer orden para garantizar el respeto y mantener la convivencia social pacífica que ha caracterizado a la sociedad aragonesa plural y diversa, y que corre riesgo de quebrarse si el odio continúa avanzando. Es por ello que los medios de comunicación juegan un papel esencial y de allí la pertinencia y necesidad de impulsar esta guía que busca ser una referencia para el correcto tratamiento mediático de las migraciones y la diversidad cultural.

El Gobierno de Aragón tiene una apuesta clara y decidida por un modelo social en el que nuestra diversidad sea nuestra propia riqueza. Aragón ha sido y es una tierra de encuentro entre culturas, como atestiguan, no sólo siglos de patrimonio e historia, sino la propia cotidianeidad de nuestras plazas, barrios y municipios. En Aragón queremos construir nuestro futuro, no desde la separación, sino desde la equidad, la garantía efectiva de derechos para todas las personas y la gestión de nuestra diversidad cultural mediante el respeto, la tolerancia, la vecindad y la plena igualdad de derechos y deberes para toda la ciudadanía que convive en nuestra tierra.

Desde el Gobierno de Aragón consideramos fundamental realizar un abordaje riguroso de las migraciones, la protección internacional y la discriminación racial, alejando los retos que tenemos pendientes al respecto del ámbito populista y ofreciendo respuestas que nazcan del diálogo, la seriedad y el respeto inquebrantable a los principios recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos; y la paz como una cultura que se aprende y transmite valores, actitudes y comportamientos que rechazan la violencia, previenen los conflictos y favorecen la convivencia y el respeto hacia todas las personas. La

sensibilización y concienciación, la investigación, la formación y el impulso de acuerdos sociales, políticos e institucionales serán líneas principales de actuación del servicio de apoyo a la inmigración del Gobierno de Aragón en este tiempo.

Aragón tiene desafíos fundamentales que acometer y para abordarlos con éxito es fundamental una sociedad cohesionada desde los valores democráticos y constitucionales, que mire al futuro con esperanza y que entienda que un puente siempre construye más que un muro. Que como canta Marwan, “para partir fronteras, la sonrisa es un serrucho”, y que los mejores años de la historia de España y, por ende, de Aragón, los han protagonizado sociedades plurales, diversas y acogedoras. Es el momento de no dar un paso atrás en todo lo conquistado, pero también de continuar trabajando para construir, entre todas y todos, un Aragón cada vez mejor.

Natalia Salvo Casaús

*Directora General de Cooperación
al Desarrollo e Inmigración*

Gobierno de Aragón



Hay verdades que no debemos cansarnos de repetir. Las palabras importan. La manera de contar las historias, también. Los y las periodistas tenemos un compromiso con la honestidad, la objetividad y la dignidad; y nuestra tarea es primordial para caminar hacia el objetivo fundamental que ha de guiarnos: contribuir a la justicia social.

Sí, tenemos un compromiso social: somos garantes del artículo 20 de la Constitución Española, ese que consagra el derecho de la ciudadanía a tener una información veraz. Y es nuestra obligación ser escrupulosos con los sesgos, con los enfoques partidistas o malintencionados y con las medias verdades. Todas estas versiones torcidas de la información se reproducen con virulencia en determinados medios, cuando se tratan cuestiones que tienen que ver con las personas migrantes. Personas que se ven abocadas a tomar tremendas decisiones de vida y que, cuando llegan a nuestro país (si lo consiguen), han de enfrentarse a un monstruo tan dañino como el hambre o la guerra de la que huían: la indiferencia, el estigma, el insulto... e incluso la violencia.

El Colegio de Periodistas de Aragón, firmemente convencido de que el periodismo tiene un papel fundamental para prevenir estas actitudes, reitera su compromiso a trabajar con arreglo a determinados principios, entre los figuran respetar la dignidad de todas las personas y evitar la normalización del racismo y la propagación de bulos.

Y esta guía, elaborada con la colaboración del Gobierno de Aragón, pretende ser una ayuda, una referencia, un compendio de buenas prácticas; para que nunca se nos olvide lo que decía al principio. El buen periodismo debe cimentar la justicia social. En esa tarea estamos.

Isabel Poncela Laborda

Decana

Colegio Profesional de Periodistas de Aragón

ÍNDICE

- 6** Introducción
- 10** Las 7 verdades de las migraciones
- 16** Reglas de la cobertura de las migraciones
- 22** Nuevas narrativas para contar historias de forma diferente
- 29** Ejemplos inspiradores
- 37** Glosario



Introducción





El 11 de septiembre de 2001 un ataque terrorista en suelo estadounidense cambió definitivamente las narrativas mundiales relativas a la seguridad internacional y el movimiento libre de las personas. Aprovechando la mediatización sin precedentes de las caídas de las Torres Gemelas y el shock social generalizado en el mundo occidental, el gobierno de Estados Unidos instauró las narrativas de la securitización por el bien de la seguridad individual.

Estas narrativas fueron rápidamente replicadas en todo el mundo occidental y promovieron, entre los ciudadanos, la aceptación de nuevas reglas de control que comprometen, desde entonces, su libertad individual. A día de hoy, muchas de esas reglas de control están tan instauradas que resultaría socialmente imposible revertirlas. Por ejemplo, pocas personas subirían sin dudar en un avión en el que los pasajeros no hubieran pasado controles de seguridad antes de embarcar.

En 2008, al miedo a ser atacado por “los de fuera” se sumó la incertidumbre económica provocada por la gran recesión - de la que la clase media todavía no ha conseguido recuperarse-. De forma paralela, ha ido avanzando la revolución digital transformando la forma de comunicarnos de manera irreversible. Desde 2010, fecha en la que se generalizó el uso de smartphones, los que antes solo fueron receptores de la información se han ido convirtiendo también en productores y emisores de información en tiempo real.



Posteriormente, en 2015 comenzó el cambio de paradigma en la comunicación. La propaganda política basada en el discurso del odio empezó a crecer sin límites gracias al miedo, la decepción y las nuevas tecnologías de la comunicación. Además, la Covid-19 ha añadido una enorme sensación de tristeza colectiva a la ecuación.

En este contexto, los medios de comunicación han tardado en reaccionar al cambio tecnológico y comunicativo y se han visto arrastrados por el tsunami de la desinformación y los discursos deshumanizadores. Dentro del discurso del odio, la xenofobia - o fobia a los extranjeros - ha alimentado la exaltación y la agitación social. Apelando directamente al miedo provocado por el discurso de la securitización desde 2001, **el odio al extranjero se ha impuesto con una rapidez inaudita**. Las audiencias son cada vez más porosas a las noticias negativas que tratan sobre personas migrantes y los contenidos informativos con estos enfoques parecen funcionar mucho mejor que los que abordan el tema desde otras perspectivas.





Utilizando grandes titulares y dejándose llevar por el clickbait desde hace años, muchos medios presentan las migraciones a través de una pequeña parte de su realidad: aquella que se refiere al viaje y a la excepcionalidad del mismo. Olvidan que los procesos migratorios son naturales y, en su gran mayoría, regulares. No se narran historias reposadas e inspiradoras.

Frente al enfoque del discurso del odio, también existen productos periodísticos que intentan abordar las migraciones desde una perspectiva de derechos humanos. La realidad es que los fenómenos migratorios son de una riqueza infinita y contienen una enorme cantidad de ángulos que pueden dar lugar a historias maravillosas e inspiradoras.

Esta guía ha sido creada por periodistas y profesionales de la comunicación, con el objetivo de difundir buenas prácticas del tratamiento mediático de las migraciones. Acercamos a los compañeros de profesión el fenómeno migratorio, así como los matices importantes que debemos tener en cuenta al cubrir noticias sobre esta temática. Asimismo, se trata de un documento destinado a combatir el discurso del odio y la xenofobia que destruye los estándares éticos básicos que tanto trabajo ha costado construir.



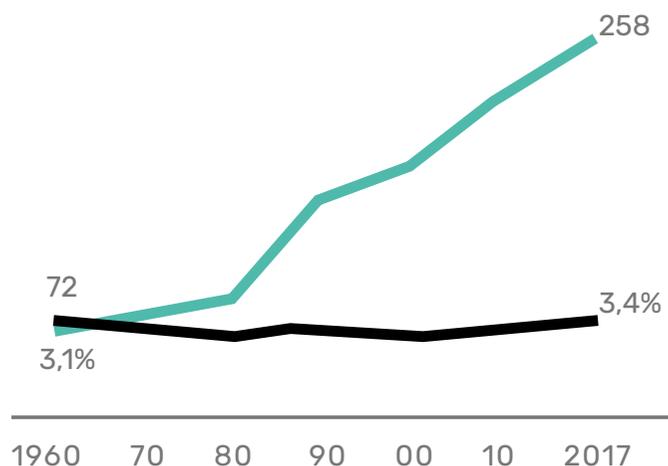
Las 7 verdades de las migraciones



Alrededor de 260,5 millones de personas viven hoy como migrantes en el planeta¹. El concepto de migrante internacional incluye varias categorías:

- **migrantes económicos y sus familias** (164 millones, según datos de la ONU para 2018).
- **solicitantes de asilo**, aquéllos que han solicitado protección fuera de sus fronteras (que hoy son 3,1 millones).
- y **refugiados**, aquellos migrantes que ya han obtenido protección (25,4 millones).

El resto pertenece a categorías mixtas.



El stock mundial de migrantes crece a medida que crece la población del planeta. Pero el porcentaje de los que migran sigue en una cifra baja de entre el 3 y el 3,5 por ciento de la población mundial. (Datos absolutos en millones. Fuente: ONU Desarrollo).

La Unión Europea es tierra de inmigración...

Desde que su economía despegase tras la guerra, Europa se ha convertido en un destino atractivo para la inmigración. Primero se movieron europeos del sur hacia el norte; pero, desde hace décadas, crece la inmigración procedente de otras regiones. El número de migrantes que residen en la UE alcanzó los 42 millones en 2017². Más de la mitad de estos inmigrantes procede de países de fuera de la UE.

Alemania es el país de la UE con el número más alto de inmigrantes con 9 millones, seguido por España, con 4,7 millones. Francia ocupa la siguiente posición junto a Italia.

...España es eso y muchas cosas más...

España ha recibido la mayor parte de sus inmigrantes permanentes en las dos últimas décadas. Sin embargo, las migraciones han sido importantes para nuestro país desde hace mucho más tiempo:

- Entre 1960 y 1973, unos 2 millones de españoles emigraron a Europa, atraídos por las oportunidades de empleo y salarios³.
- Entre 1995 y 2008, nuestra sociedad recibió más de 5 millones de trabajadores extranjeros y sus familias. Solo en 2007, llegaron a España cerca de 960.000 inmigrantes⁴.
- La recesión económica de 2008 frenó en seco la llegada de inmigrantes a España y provocó la salida de cientos de miles de profesionales bien preparados. En 2013, esta fuga de cerebros superó el medio millón de españoles⁵.

¹International Migrant Stock, ONU (2020)

²Eurostat - Unión Europea

³"Un éxodo masivo más allá de la versión oficial", Swissinfo (2011)

⁴Instituto Nacional de Estadística (2020)

⁵Instituto Nacional de Estadística (2020)

En 2021, **alrededor de 5 millones de inmigrantes viven en España**, de los que solo una minoría se encuentra en situación administrativa irregular. Dejando a un lado a los residentes de otros países de la UE, América Latina es la primera región de origen de la población inmigrante, seguida de África del Norte y Europa del Este. Con más de 700.000 residentes en nuestro país, Marruecos es el primer país de origen de la migración⁶.



1. Las migraciones son un fenómeno histórico y no reciente

Desde el origen de los tiempos las personas migramos. **La historia de la humanidad está basada en movimientos de personas** que han propiciado hechos históricos tan importantes como el propio descubrimiento de América y el éxodo posterior de europeos a ese continente.

2. Las migraciones son constantes

El porcentaje de personas migrantes sobre el total de la población mundial se mantiene invariable desde hace 30 años, momento en el que se empezaron a contabilizar las migraciones. Esto significa que **el número de personas que migran crece a la misma velocidad que la población mundial**, y no más rápido como puede parecer. Estos datos constantes se ven frenados por la Covid-19 a partir del 1 de marzo de 2020⁷.

⁶ Eurostat - Unión Europea

⁷ Debido al COVID-19, las primeras estimaciones con un supuesto crecimiento cero entre el 1 de marzo y el 1 de julio de 2020 sugieren una disminución de casi 2 millones de migrantes internacionales en todo el mundo, de lo que se esperaba inicialmente entre mediados de 2019 y mediados de 2020. Migration Data Portal "Poblaciones de migrantes internacionales"

3. Las migraciones son masivas, sobre todo, entre regiones cercanas

La información que recibimos sobre las migraciones nos lleva a pensar que estas se producen mayoritariamente desde las regiones del sur hacia las regiones del norte. Sin embargo, la posibilidad de desplazarse a otro lugar depende del capital económico y educativo de cada persona. Son **los países de renta media los que envían más emigrantes a los países ricos**, mientras que los países más pobres emigran dentro de su propia región. Esto se aplica a las regiones africanas, latinoamericanas y asiáticas más pobres.

Concretamente, con el objetivo de corregir percepciones mal fundadas, la población de África subsahariana emigra más intensamente dentro de su propia región⁸.

4. Hay tantas razones para migrar como personas que migran

El 90% de **las personas que migran lo hacen por razones principalmente económicas**⁹. Esto no quiere decir que el impulso migratorio provenga de una imperiosa necesidad económica, sino que la finalidad principal del migrante es mejorar su posición económica. Por poner un ejemplo cercano, en 2013 más de 500.000 personas emigraron de España a otros países. La mayor parte tenía estudios y no se encontraba en situación de pobreza.



⁸ PNAS, 2 de Enero 2019

⁹ La fragilidad del Estado, el estatus de refugiado y la "migración de supervivencia" por Alexander Betts, Revista Migraciones Forzadas



5. Los migrantes participan positivamente en la economía y crean riqueza¹⁰

Entre 2000 y 2014, los migrantes aportaron el 9,5% del PIB mundial y generaron mucha más riqueza de la que hubiesen generado en sus países de origen. En el mismo período, entre el 40% y el 80% **el crecimiento del empleo en las principales economías de destino estuvo relacionado con la presencia de inmigrantes**. Para muchas mujeres, por ejemplo, poder contar con ayuda de inmigrantes para labores del hogar ha permitido su incorporación al mercado laboral.

Los trabajadores extranjeros reciben, de media, salarios hasta un tercio más bajos que los trabajadores nacionales de la misma cualificación. Sin embargo, los niveles de los salarios medios en España no se ven afectados por la llegada de personas migrantes al mercado laboral.

Es necesario recordar que si queremos mantener la tasa de pensionistas sobre trabajadores activos en España, necesitaríamos sumar a nuestro mercado de trabajo al menos 200.000 extranjeros anuales hasta el año 2050¹¹. Otro ejemplo cercano lo proporcionan los datos obtenidos tras la regularización llevada a cabo en 2005 por el presidente Rodríguez Zapatero que ingresó en la Seguridad Social más de 4.189€ por persona regularizada, es decir, un total superior a los 2400 millones de euros¹².

¹⁰ Informe "People on the move" (2016) McKinsey Global Institute.

¹¹ "Africanos, rescatados", Gonzalo Fanjul (2021), El País Planeta Futuro

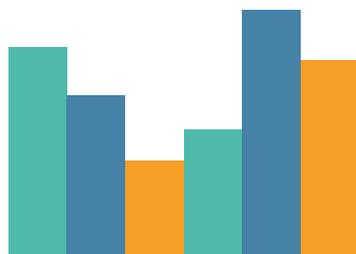
¹² "Understanding the Effects of Granting Work Permits to Undocumented Immigrants", Barcelona GSE Working Papers, Monràs J., Vázquez-Grenno, J. Elías, F

6. Hoy hay más securitización y sensación de miedo que nunca en la historia de la humanidad: es la narrativa

En 2001, antes del ataque a las Torres Gemelas, apenas había 20 muros que separaban físicamente las fronteras entre países¹³. En 2021, se estima que existen más de 80 muros.

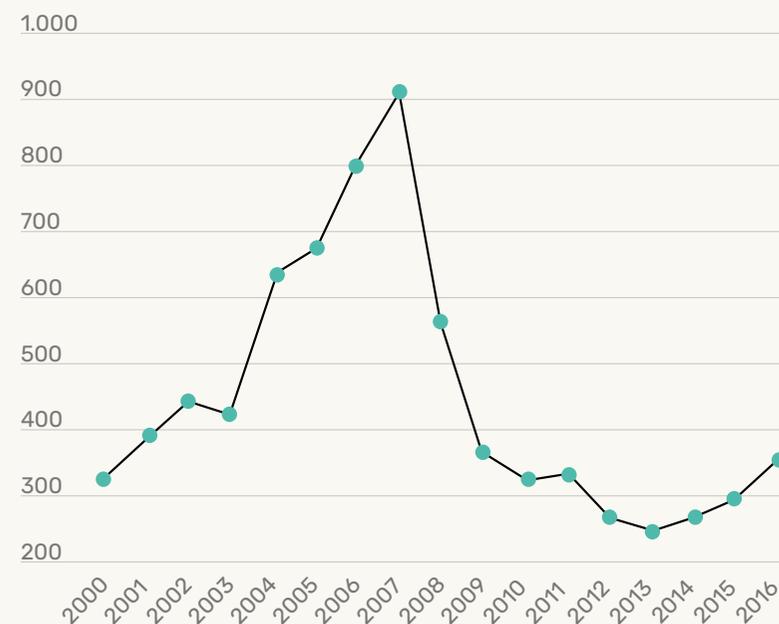
El control a través de sistemas de tecnología avanzada es cada vez mayor; sin embargo, **las narrativas migratorias y el auge de los discursos del miedo y del odio han aumentado la sensación de inseguridad** de los ciudadanos. Además, la justificación para el aumento del presupuesto público destinado a financiar vallas y sistemas de vigilancia en todas las fronteras del mundo se apoya sobre esta narrativa desde hace años.

¹³ *Et la frontière devint un marché prospère et militarisé*, 2013, Blog Monde Diplomatique



7. Las migraciones no se pueden parar, solo se pueden gestionar

En los últimos 30 años se han creado barreras físicas, tecnológicas y narrativas; hoy es más difícil pasar de un país vecino a otro, cuando históricamente han sido receptores y emisores de personas migrantes. Sin embargo, **lo único que realmente frena las migraciones son los cambios sistémicos** como los provocados por una crisis económica (en 2008 España pasó de país receptor de migrantes a emisor) o por una crisis sanitaria (parada de la migración debido a la Covid-19). Teniendo esto en cuenta, lo lógico sería que la inversión pública y privada en temas migratorios se concentrara en mejorar los sistemas de gestión de los movimientos y no en pararlos. Esta última opción es tan imposible como parar un río, por poner un ejemplo gráfico.



Llegadas de población extranjera (en miles de personas)¹⁴.

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística (2020)

Reglas para la cobertura de las migraciones





Entiende las migraciones e infórmate de forma adecuada

Al igual que realizamos el esfuerzo de documentarnos para abordar temas sectoriales como la economía, la salud, el deporte, la política o los tribunales, **tenemos que documentarnos para abordar el tema de las migraciones.** A ningún periodista se le pasaría por la cabeza hablar de La Liga de fútbol sin haberse informado previamente de cuáles son los equipos de Primera División y las figuras individuales de cada equipo. Del mismo modo, las migraciones tienen datos claves que es indispensable conocer y actualizar cuando abordamos temas relacionados con las mismas.

Esta guía proporciona una serie de nociones básicas sobre el tema migratorio, pero existen infinidad de cursos cortos diseñados para periodistas que permiten ampliar el conocimiento sin necesidad de dedicarle mucho tiempo. Desde aquí recomendamos el **curso Tumba a tu Cuñao** o la asistencia a actividades especializadas como **Congreso de Mérida de Periodismo de Migraciones.**

Utiliza los términos adecuados

Como decíamos en el apartado anterior, es indispensable reconocer la especificidad técnica y sectorial de las migraciones como una ciencia. En este sentido, es muy importante utilizar las palabras y los términos adecuados para informar sobre temas relacionados con los movimientos humanos. Y con esto nos referimos a poner atención, tanto al significado inmediato como a la acepción utilizada.

Aunque esta guía proporciona un breve glosario de términos, vamos a hacer un somero repaso de algunos puntos críticos y recurrentes:

- Los inmigrantes pueden ser **irregulares, indocumentados o sin papeles.** Cualquier otro término sería erróneo e incorrecto para describir a alguien cuya situación administrativa es irregular.
- Las vallas **se saltan, se traspasan, se atraviesan, se cruzan.** Acepciones que relacionen a un cruce de una valla con un acto vandálico o criminal implica prejuzgar el acto y a la persona implicada en el mismo, quitando imparcialidad a la información y sesgando la noticia.
- El uso de términos apocalípticos para describir un proceso migratorio son incorrectos y de nuevo predeterminan al lector. **Las cifras son siempre parciales y hay que contextualizarlas,** no predisponer a las audiencias a identificar movimientos de personas con crisis¹⁵.
- **Los acrónimos no se pueden usar para calificar a un conjunto de personas o un espacio.** Dentro de los ejemplos más sangrantes es la denominación de los jóvenes que emigran solos sin sus familias utilizando un acrónimo legal hoy de naturaleza despectiva, M.E.N.A.
- Finalmente, es indispensable **evaluar siempre si la información que estamos transmitiendo es necesaria o irrelevante** para la historia que estamos contando. Concretamente, hablamos de nacionalidades o fenotipos que se incluyen en la noticia adquiriendo esta un sesgo xenófobo o racista por ello.

¹⁵ "Si 25.000 inmigrantes te parecen muchos"; Blog Público, 2020



Cambia los marcos de referencia, una misma historia tiene muchos ángulos

Se tiende a contar las historias desde el mismo punto de vista, especialmente las que tienen que ver con migración, siguiendo dos líneas principales: la crisis/sentimiento de urgencia o la pena. Ambas líneas narrativas promueven un sentimiento asistencialista hacia las personas migrantes, encasillándolas como necesitadas, incapaces o peligrosas. Sin embargo, es necesario recordar que la migración es un fenómeno complejo que nos concierne a todos, ya que todos somos descendientes de migrantes.

Hay **tres marcos principales** que caracterizan las migraciones para escribir sobre ellas:

1. La **naturalidad del proceso**, desde puntos de vista antropológicos, sociológicos, biológicos o históricos¹⁶
2. La **inevitabilidad de las migraciones futuras**, nuestros hijos migrarán o nuestro estado de bienestar futuro dependerá de la migraciones¹⁷
3. La **riqueza cultural** de nuestras sociedades actuales se debe a las migraciones¹⁸

Además, los procesos migratorios son mucho más que el viaje e implican todo un entramado económico, incluida una industria público-privada.

Entiende a las audiencias

No se trata de escribir a medida para una audiencia concreta, pero sí de tener en cuenta a quién nos estamos dirigiendo para adaptar la forma en la que expresamos los contenidos. Hacerlos más fácilmente consumibles por las distintas audiencias con las que estamos interactuando.

En lo relativo a las migraciones, esta consideración es especialmente importante puesto que la receptividad de las audiencias varía mucho. Pueden encontrarse grupos afines o **lovers**, sensibles a los derechos humanos; grupos de ambivalentes, que teniendo principios éticos sólidos están confusos con el tema de las migraciones y no saben muy bien qué pensar; y finalmente, los que denominamos **haters**, el grupo promotor de los discursos del odio, impermeable al discurso de los derechos. De estos grupos **el más grande es el de los ambivalentes, que representa a más de la mitad de las audiencias de nuestro país.**

Los ambivalentes se caracterizan por tener miedo. El miedo es el resultado de la combinación de la narrativa de la securitización que se inició a raíz del 11S, unida a la narrativa de la crisis económica del 2008 y sumada en estos últimos tiempos el miedo pandémico y la tristeza postraumática. Las audiencias están cansadas y se sienten agentes externos del cambio. No pueden asumir las responsabilidades morales y sienten que no tienen la fuerza para incidir en su entorno. Esto ha llevado a una **enorme crisis de los contenidos sociales** que las audiencias, sobre todo las ambivalentes, prefieren ignorar porque les resultan muy pesados.

En el capítulo siguiente se presentan varias claves sobre cómo crear narrativas sociales más atractivas para una audiencia tan castigada¹⁹.

¹⁶“Los romanos no eran blancos”, Blog Público, 2019

¹⁷Declaraciones del Ministro de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Escrivá J.L. en La Vanguardia, 2020

¹⁸“Farrokh no habría podido ser Freddie Mercury”. Blog Público, 2019

¹⁹Informe “Nuevas narrativas migratorias para reemplazar el discurso del odio”, Fundación por Causa

Simplifica la complejidad del modo más adecuado

Las migraciones son procesos complejos que se desarrollan durante un tiempo relativamente largo, son globales e implican a muchísimas personas. Cada persona que cambia su espacio vital de un sitio geográfico a otro se puede considerar migrante. Si hablamos de migraciones internacionales, este cambio debe producirse entre países, pero debemos recordar que existen también otras migraciones locales y regionales.

Las migraciones son tan diversas como las personas que migran. Es decir, cada proceso migratorio individual tiene las especificidades propias de la persona que lo protagoniza. De este modo, todas las generalizaciones que se hacen de las migraciones son una simplificación narrativa de un proceso altamente complejo. El reto consiste en elegir nuevos enfoques a la hora de simplificar las historias migratorias para hacerlas más accesibles a los lectores.

Por ejemplo, para enriquecer los relatos se usan de forma recurrente narraciones sobre las causas que llevan a las personas a dejar su país. Las causas son múltiples, nadie deja su país por una única razón, siempre hay varias razones. Y sin embargo, de todas las razones se suelen escoger la pobreza o el miedo, lo que nos devuelve a un relato muy sesgado y asistencialista.

No te dejes llevar por otros medios de comunicación

La narración de las migraciones no puede estar permanentemente vinculada a la última hora, ya que se trata de un proceso natural que tiene lugar permanentemente. La búsqueda de titulares llamativos suele arrastrar a los medios de comunicación a líneas narrativas poco originales y sensacionalistas. Se puede copiar lo que hacen otros, pero eso no da resultados positivos a medio plazo. Es más, esta forma de trabajar de los medios que se arrastran los unos a los otros la aprovechan los intereses que alientan nuevos discursos del odio.

Los contenidos y enfoques originales pueden tardar más en calar, pero a medio y largo plazo nos permiten posicionarnos en espacios y recursos informativos propios. Además, **los cordones sanitarios informativos funcionan: lo que no se comunica no existe.** El discurso del odio no se puede combatir desde el mismo marco que se ha creado. Esta ha sido la estrategia para posicionar contenidos de odio desde sus orígenes.

La provocación es la herramienta a través de la cual este tipo de estructuras contaminan el debate público. Durante la campaña a la presidencia de Estados Unidos de 2021, algunos de los grandes medios estadounidenses decidieron hacer un vacío informativo a las provocaciones de Trump. Asimismo, este vacío fue secundado por todos los grandes medios y muchas redes sociales, principalmente Twitter, al cuestionar Trump la legitimidad de la victoria de Biden. En Francia son frecuentes los cordones sanitarios informativos y políticos cuando se trata de mensajes de odio o que atentan contra los derechos humanos.



Déjate el alma en el título y los dos primeros párrafos

Esta es una regla que se podría considerar general para cualquier artículo periodístico. Cobra mayor importancia cuando el tema que abordamos no es a priori especialmente atractivo. Los temas de derechos humanos, sociales o más concretamente migratorios, no suelen formar parte de los temas de mayor consumo de audiencia. Sin embargo, son imprescindibles en cualquier medio, puesto que están siempre presentes en nuestra vida diaria y **cubrirlos forma parte del deber social del periodismo**.

Tal y como explica el periodista David Jiménez en su libro *El director*, la tensión informativa sobre estos temas decae rápidamente y el consumo de sus contenidos es residual cuando la parte noticiosa inicial se diluye. Por ello, es especialmente importante abordar el tema migratorio dedicando el tiempo necesario a encontrar un título atractivo para presentar la información.

Una vez enganchemos a la audiencia con el título, es indispensable no perderla y asegurar que mantenemos el tirón durante el primer minuto de consumo. Si la información es escrita, estaríamos hablando de los dos primeros párrafos. Todo esto hay que conseguirlo creando expectación y tensión informativa, sin recurrir a contenidos truculentos o sensacionalistas. Se trata de un reto enorme, pero **la experiencia demuestra que merece la pena el esfuerzo**. También podemos recurrir a recursos habituales del clickbait como las listas “Las 10 cosas que no sabías sobre”, las famosas “¿Sabías que?” o “Te sorprenderá lo que pasó después”.

Busca la empatía del lector con historias locales o sentimientos universales

Que el lector pueda identificarse con las y los protagonistas de las historias que lee es fundamental, tanto para que continúe leyendo como **para que la historia promueva un cambio en su manera de pensar**. Resulta útil narrar historias universales, cotidianas, que ahonden en la normalidad y la anormalidad por la que tienen que pasar en muchas ocasiones las personas migrantes. Un ejemplo sería las dificultades para lidiar con trámites administrativos que la mayoría consideramos simples, como la apertura de una cuenta bancaria o el alquiler de un piso.



Utiliza a personas migrantes como fuente de información

Una de las reglas de oro del periodismo de calidad es que **cualquier noticia debe ser contrastada a través de fuentes veraces y fidedignas**. En el caso de las migraciones, las fuentes iniciales son frecuentemente organismos gubernamentales, cuerpos de seguridad del estado y ONGs. Estas tres fuentes originales son inevitablemente fuentes sesgadas y la información que nos llega a través de ellas debe siempre cruzarse con fuentes adicionales.

Es recomendable contar, por ello, con información complementaria de cada una de ellas para un mismo tema. Pero, en ningún caso, pueden representar fuentes únicas fidedignas per se. Tan grave es replicar la información de origen institucional u oficial sin cuestionarla, cómo hacer lo propio con información originada por organizaciones no gubernamentales aunque estén especializadas en migraciones. Ni un cargo público, ni un activista son fuentes únicas aceptables.

En realidad, **las fuentes primigenias de la información sobre migraciones deberían ser siempre las personas migrantes**, protagonistas de las historias que estamos relatando. Es muy importante tener este punto en cuenta y contar siempre con una voz migrante en las coberturas que se lleven a cabo.

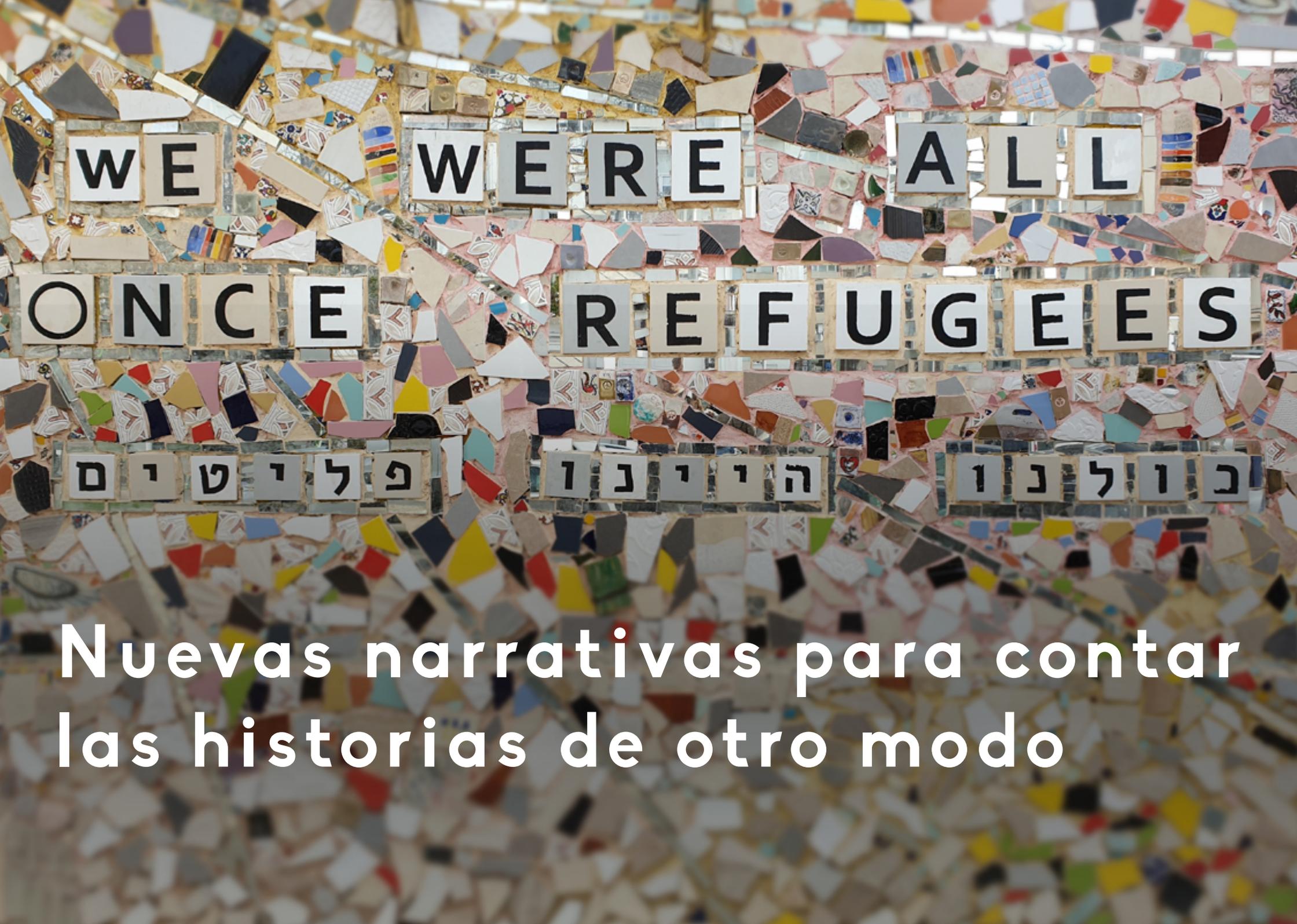


Las fotografías consentidas: la importancia de las imágenes que usamos y cómo las usamos

Aunque se trata de reglas básicas del periodismo de calidad, en el caso de las migraciones, y cuando se trata de sujetos que se encuentran en un espacio de vulnerabilidad, **el uso de materiales audiovisuales que retratan a personas que no han dado su consentimiento para aparecer en público no es ético**.

Si bien es cierto que se pueden utilizar imágenes de cualquier persona que se encuentre en un espacio no privado, es inmoral aprovecharse de la precariedad y el desconocimiento de las personas migrantes para ilustrar de forma épica las noticias. En varias entrevistas realizadas por la Fundación por Causa a migrantes que entraron de forma irregular en España en 2006, estos compartían su desazón por el uso recurrente que se hacía de dichas imágenes incluso muchos años después, cuando ya contaban con una vida normal cuya realidad se encontraba muy alejada de esa situación excepcional.

En este sentido, es necesario solicitar permiso para el uso de imágenes que ilustren rasgos que resulten reconocibles o incluso mejor, **evitar imágenes en las que se reconozcan los rostros de las personas**. Igualmente, es importante recordar que no se pueden usar imágenes de menores sin el consentimiento probado de sus representantes legales.



WE WERE ALL

ONCE REFUGEES

כִּלְלָנוּ הִינְנוּ פְּלִיטִים

Nuevas narrativas para contar
las historias de otro modo

Es difícil identificar el momento en el que se inicia la crisis de los contenidos sociales, cuando las audiencias pierden el interés por los temas vinculados con los derechos humanos. Obviamente, no se trata de un instante, sino de un desencanto progresivo que desemboca en la situación de indiferencia, o incluso rechazo, de las audiencias en la que nos encontramos actualmente.

Para contrarrestar esta crisis, las organizaciones que trabajan en causas sociales y los medios de comunicación se han lanzado en un intento desesperado de elevar el impacto de estos contenidos aferrándose al enfoque de noticias de última hora, magnificando el drama o apoyándose en el monomito²⁰ o periplo del héroe.

Estos esfuerzos narrativos han resultado inútiles al no haber logrado mejorar la penetración de los temas sociales en las audiencias. Además, han resultado muy nocivos, convirtiéndose en la base sobre la que se han construido las narrativas del odio y la desinformación que tanto daño están haciendo actualmente a nuestro sistema informativo.

Ante estas reflexiones, ¿cómo hacemos para contar historias sobre migraciones que sean interesantes, se consuman y no sean contraproducentes para el relato migratorio y social? Proponemos una **metodología útil** con tres reglas y cuatro consideraciones para construir historias de éxito que reflejen la realidad de los procesos migratorios.

²⁰ El monomito o mito único, también conocido como viaje o, mejor, debido a sus connotaciones, periplo del héroe, es un término acuñado por el antropólogo estadounidense Joseph Campbell para definir el modelo básico de muchos relatos épicos de todo el mundo. (Wikipedia).

REGLAS

1. **Generar un nuevo marco del relato**
2. **Evitar el "Ellos y Nosotros"**
3. **Sentimientos vs Datos**

CONSIDERACIONES

1. **La percepción subconsciente**
2. **Narrativa sustitutiva**
3. **Enfoque local**
4. **Efecto Coca-Cola**

REGLAS

1.

Generar un nuevo marco del relato

Los principios sobre los que se asienta el discurso de las migraciones se han ido definiendo principalmente durante los últimos 20 años. Los enfoques desde los que se aborda el fenómeno migratorio son recurrentes y están denostados, pero además no representan la realidad de los movimientos migratorios. Por ejemplo, el camino que recorre una persona desde su punto de origen hasta la llegada a destino representa, en realidad, una mínima parte de su proceso migratorio total. Y, sin embargo, es prácticamente de lo único que se habla.

En España, además, los procesos migratorios se relatan desde la frontera sur y abordan las entradas por medios irregulares. Sin embargo, tal y como muestra el **Informe del retrato de la irregularidad en España**, las llegadas por África solo aportan el 5% del total de la población irregular de nuestro país. Los medios de comunicación repiten habitualmente un enfoque preestablecido para acentuarlo o contrarrestarlo. Es muy importante tener en cuenta, sin embargo, que **cada vez que se narra desde un enfoque existente, aunque sea para rebatirlo, lo estamos reforzando.**

Las audiencias están agotadas de que les contemos las mismas historias y, a través del consumo decreciente de este tipo de contenidos, nos están mandando un mensaje claro: contadnos otra cosa. **Necesitamos encontrar otros marcos narrativos, repetirlos y construir historias dentro de los mismos.**

Por ejemplo, podemos hablar sobre la industria del control migratorio, una historia inquietante que permite identificar cómo funciona el modelo de control migratorio actual y quién se beneficia. Dentro de ese marco narrativo, se pueden construir historias muy llamativas y con enorme tensión informativa, sin necesidad de recurrir a los estereotipos convencionales.



REGLAS

2.

Evitar el "Ellos y Nosotros"

Las historias de migraciones son las historias de otras personas. Sin embargo, es difícil encontrar a alguien hoy, en España, que no tenga un ascendente migrante. El gran público entiende que migrar es someterse a un proceso de viaje devastador y lesivo que termina con la llegada a un país en condiciones de irregularidad. Sin embargo, migrar es simplemente, y según la definición de Naciones Unidas, cambiar su sitio de residencia habitual. Es decir, **ser migrante no define a la persona de ningún modo**. Es una calificación que no nos permite asignar al individuo ningún tipo de atributo específico. Y sin embargo, se usa el término como si fuera definitivo.

La separación del término migrante de los lectores consigue principalmente eliminar cualquier rastro de empatía, lo que aleja a nuestras audiencias de la historia que queremos contar. Da igual que ese espacio se genere para convertir el término migrante en algo negativo (ladrón, pobre, inculto), o en algo supuestamente positivo (valiente, héroe, necesitado). En ambos casos no hay forma de que el lector se identifique con el protagonista de la historia.

Por eso **hay que hablar de personas que tienen historias con las que la audiencia puede identificarse**. Anhelos, costumbres, problemas, soluciones de vidas parecidas a las que nuestros lectores tienen. Y solo al final, cuando ya hemos explicado la historia a través de lo que nos une, introducimos el concepto de migrante.

Por ejemplo, Freddy Mercury es un cantante famoso, icono de la música pop, que murió de SIDA cuando la enfermedad empezaba a devastar a la población gay. Freddy Mercury, era de origen parsi, es decir, indio. O por ejemplo, el mismo Antonio Banderas es considerado "no blanco" en EEUU. Las personas son primero mujeres, menores, vecinas, abogadas, pescadoras, etc y mucho después, migrantes. Esas historias enganchan mucho más así contadas.



REGLAS

3.

Sentimientos vs Datos

Los datos permiten recuperar conocimiento, son herramientas para entender qué está sucediendo. Sin embargo, al ser recuperados como elemento narrativo por los think-tanks en los años 60, los datos se han convertido en los protagonistas de las historias; hasta el punto de que no es importante lo que signifiquen, sino solo que estén.

En el caso de las migraciones, el uso de datos ha estado descontextualizado y **el abuso de los mismos ha matado el relato migratorio**, alejándose completamente de las narraciones interesantes. Por ejemplo, ¿quién recuerda cuántas personas llegaron a Canarias en 2020? ¿Eran más o menos que las que entraron por Ceuta en 2021? ¿Son 20.000 muchas personas migrantes? Sorprendentemente, entran en nuestro país muchas más de 500.000 personas todos los años. En 2019, 700.000 personas sin ir más lejos. Números, datos, que se pierden y que no cuentan más que la historia que queramos reforzar. Nuestros lectores no los recordarán y **no vamos a cambiar su percepción a través de los mismos**.

Si abusamos de los datos, al final, ni siquiera se consumirán las historias. Este es uno de los grandes retos del periodismo de investigación y de datos en permanente dilema: a qué tipo de audiencia se dirige y cómo puede estructurar su relato para no convertirse en un producto exclusivo dirigido a un nicho.

Es, por lo tanto, recomendable introducir el conocimiento que los datos nos aportan a través de recursos narrativos que sí se recuerden, como son historias en las que hablamos de personas y acontecimientos, y, en el caso de introducir datos, apoyarlos con símiles. Por ejemplo, 20.000 personas es medio aforo de un campo de fútbol grande.

¡Atención! Existe un uso de los datos como elemento de marketing. Se escoge un solo dato para ilustrar una historia compleja, que sí funciona con las audiencias. Por ejemplo, el famoso dato de Oxfam sobre el 1% de la población mundial que acumula una cantidad desproporcionada de riqueza (lo que nunca se recuerda es cuánta). Este método fue utilizado también durante el Brexit por el ideólogo de la campaña pro-exit, que acuñó la cifra falsa de 350 millones de libras²¹ de ahorro vinculada a la salida de la UE. Pero de nuevo, se trataba solo de un dato que vehiculizaba una historia, sin tratarse de una historia compuesta de datos.

²¹ "8 razones por las que ganó el Brexit en el referendo sobre la permanencia de Reino Unido en la Unión Europea", BBC News, 2016



CONSIDERACIONES

1. La percepción subconsciente

Nuestra opinión sobre un tema se construye a través de la suma de un pensamiento consciente y reflexionado, junto con un impulso inconsciente adquirido; es decir, fruto del entorno social en el que crecemos²². **Cuando no tenemos tiempo para pensar, quien manda es el subconsciente.**

En el caso de las audiencias de los medios, esa tendencia es recurrente. Los contenidos periodísticos se consumen en formato digital, en soportes poco amigables para lecturas largas y, muchas veces, en momentos de transición entre puntos de movimiento; es decir, en un autobús o en la oficina antes de empezar el día.

Un estudio de la Fundación por Causa permitió identificar que **los españoles percibimos subconscientemente la migración como un problema**. Por ello, cualquier mensaje positivo sobre migración tendrá que romper esa barrera subconsciente. Cambiar la percepción subconsciente es muy difícil y lleva mucho tiempo, ya que es más permeable a lo negativo y más resistente a lo positivo.

²² "Migraciones y Subconsciente" de Fundación por Causa y Universidad de Harvard

2. Narrativa sustitutiva

A las personas no nos suele gustar que nos digan que no tenemos razón. Es un hecho que **una gran parte del consumo de contenidos se lleva a cabo con la intención no consciente de reforzar ideas o creencias preestablecidas**. Por eso triunfan los medios con líneas editoriales fuertes. Teniendo esto en cuenta, es muy importante presentar los contenidos de forma propositiva y no polarizada, intentando respetar los miedos y tristezas de nuestras audiencias. Esto mejora sustancialmente la penetración de contenidos innovadores y diversos.

Es importante también ofrecer historias inspiradoras en las que nuestras audiencias se encuentren reflejadas. No tienen por qué ser historias de éxito, pueden ser curiosidades en las que las audiencias encuentren reflejos de interés cultural o social. Este tipo de contenidos y presentación de los mismos es muy frecuente en los grandes medios anglosajones, permitiéndoles incrementar sustancialmente su impacto.

Por ejemplo, hablar del origen del cajón flamenco puede ser una forma preciosa de introducir el tema migratorio, puesto que es un instrumento de origen peruano. O que la tortilla de patata no tiene ningún ingrediente originario de nuestro país. Esta es una historia curiosa apta para cualquier tipo de audiencia. En definitiva, hay que generar alternativas narrativas aptas para todos los públicos.

CONSIDERACIONES

3. Enfoque local

Es muy difícil concienciar sobre temas lejanos o de aspiraciones que parecen utópicas. Un claro ejemplo es hablar del cambio climático y usar la imagen del oso polar sobre un iceberg. De nuevo, volvemos a la generación de empatía para aumentar el interés. **Acercar cualquier historia al espacio cercano al lector es sinónimo de éxito.** El espacio local nos toca, somos sensibles a él y nos permite percibirnos como posibles agentes del cambio, si éste fuera necesario. Lo local es real, es medible y es abordable.



4. Efecto Coca-Cola

La Coca-Cola es una bebida no alcohólica de sabor azucarado que se creó en 1886. La consumen prácticamente en todo el mundo, pero la mayoría de las personas no saben cómo se fabrica ya que su fórmula es secreta. Y, sin embargo, la Coca-Cola ha conseguido posicionarse en la mente de millones de personas como uno de los productos referenciales para eliminar la sed, fuente de bienestar emocional y una bebida indispensable en cualquier evento. Esto es el resultado de un trabajo fino y muy inteligente de marketing que denominamos "efecto Coca-Cola". Gracias a él, se logra convertir algo aparentemente inconsumible en un producto de éxito.

En nuestro caso, contamos historias que queremos que sean leídas; pero muchas veces olvidamos que nuestras audiencias, que van rápido y no tienen tiempo, consumen por meros flechazos visuales, representados por un titular o una visualización sexy. No es que el continente sea más importante que el contenido, es que **es igualmente importante, es la puerta de entrada a las audiencias.**

Hay muchos ejemplos que ilustran esta realidad. En el caso de la migraciones, uno de los más significativos fue el reportaje publicado por El Confidencial, **Melilla Vice**. Con contenidos novedosos pero no exclusivos, así como un gran diseño, Melilla Vice se viralizó durante prácticamente dos días y estuvo en la base de un cambio histórico de gobierno en la Ciudad de Melilla.





Ejemplos inspiradores



Melilla Vice

Durante las Navidades de 2017 coincidieron las muertes de dos menores inmigrantes que se encontraban en Melilla a cargo de los servicios sociales de la ciudad. Durante años, periodistas y defensores de los derechos humanos habían denunciado casos similares, sin que ello hubiera tenido repercusión alguna en la continuidad del gobierno que llevaba en el poder más de 20 años. Por ello se decidió **cambiar el ángulo de la narrativa y abordar el problema desde el foco de la realidad de la industria migratoria a través de la corrupción** del gobierno de la ciudad en este ámbito.

Durante un año y medio se analizaron documentos judiciales y presupuestos públicos que evidenciaron una trama de corrupción muy profunda. Para narrar la historia, desde por Causa se optó por trabajar el lanzamiento con el diario El Confidencial. La combinación de datos e investigación con un desarrollo visual sin precedentes, dio lugar a un monográfico digital titulado **Melilla Vice**. Este reportaje fue apertura del periódico durante todo un día, logró varios millones de visitas y provocó la salida del gobierno del poder unas semanas más tarde.

Más información: *Blog Público "Las cosas sí se pueden cambiar", 18.06.2019*

Migrantes de otros mundos

Promovido por la periodista Maria Teresa Roderos, una de las mayores representantes del periodismo latinoamericano, el medio colaborativo **EI CLIP**, de origen colombiano, inició en 2019 una investigación sobre los movimientos migratorios de personas desde Asia y África hasta Estados Unidos, atravesando América Latina.

Para poder llevar a cabo la investigación, El CLIP decidió crear una red de trabajo con medios que cubrieran todo el trayecto recorrido por estos migrantes. **Varias decenas de medios y organizaciones periodísticas acabaron formando parte de un consorcio histórico** que permitió cubrir esta travesía apenas narrada previamente. La presentación del reportaje es exquisita, optando por ilustraciones en lugar de fotografías y apostando por infografías y desarrollos visuales digitales de gran calidad. El impacto mediático fue global en América Latina, llegando a varios millones de audiencia acumulada en toda la región. Este especial ha recibido varios premios internacionales, algunos con importantes bonificaciones económicas.

Más información: El Clip "Migrantes de otros mundos: los aliados"



Salvados



Salvados Migraciones

En la segunda edición del Congreso Internacional de Mérida de Periodismo de Migraciones, coincidieron los periodistas Gonzo y Jose Naranjo con el investigador experto en migraciones Gonzalo Fanjul. Ahí empezó el debate sobre cómo se cuentan las historias de movimientos de personas en el Estrecho. Tres años más tarde, cuando Gonzo ya es parte del equipo de Salvados, la producción del programa decidió abordar el tema de las llegadas extraordinarias de migrantes a Canarias.

El equipo de Salvados, que incluía a la periodista Carola Soler, colaboradora del podcast *Radio Ambulante* y experta en nuevas narrativas, decidió abordar el tema a través de las historias paralelas de dos campeones de lucha libre: un senegalés y un canario. **Alejándose del relato convencional, también optaron por retratar la industria del control migratorio** que se lucra y, además, perpetúa el sistema deshumanizado de gestión migratoria que caracteriza esa ruta. Este **reportaje** representó el cierre de la temporada 2021 y fue recogido por toda la prensa nacional trascendiendo ampliamente la audiencia del propio del programa, que ya cuenta con millones de seguidores.

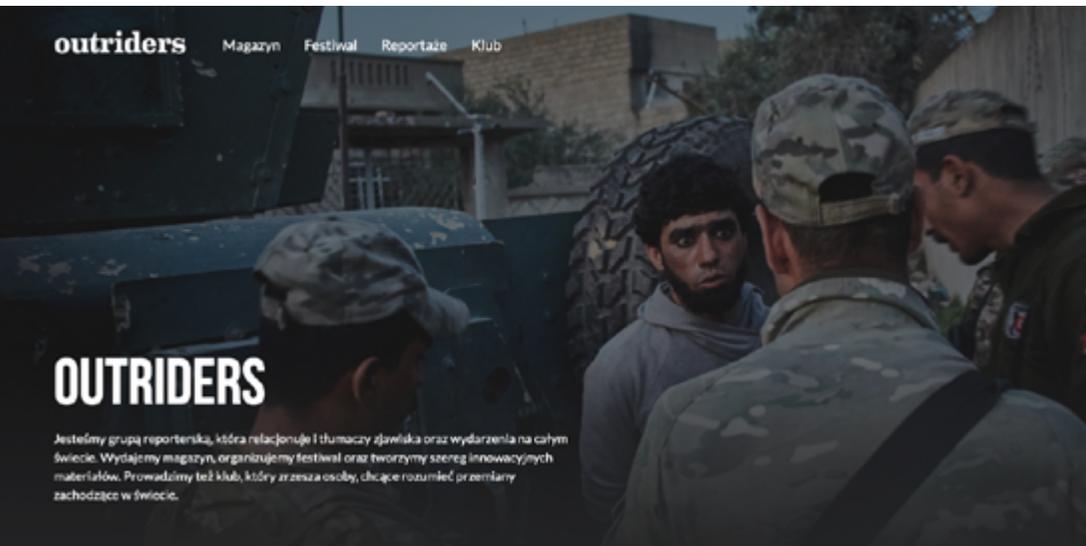
Con M de Migraciones

En el año 2017 el diario Público creó una sección sobre migraciones donde se narran los movimientos migratorios desde otras perspectivas, complementaria a la actividad de cobertura habitual del medio. Así nació el espacio Con M de Migraciones, dirigido por la experta en nuevas narrativas migratorias: Lucila Rodríguez-Alarcón. Un espacio único en su género, con una audiencia acumulada de varios millones.

En septiembre de 2019, coincidiendo con varias noticias de máxima actualidad nacional, uno de los artículos de esta sección se viralizó posicionándose entre los cinco más leídos del día durante 12 horas. Una sencilla historia que bajo el título **Los romanos no eran blancos ilustra como las migraciones son naturales y la diversidad enriquecedora**, evidenciando la adulteración narrativa actual con relación a estos temas. Al tratarse de un contenido atemporal, el artículo sigue teniendo visitas y acumulando una audiencia de millones de lectores. Meses después se desarrolló un **mini podcast del artículo** que se encuentra en múltiples plataformas de audio y ha sumado miles de impactos adicionales

Gracias al éxito de este formato, desde la Fundación por Causa se lanzó un conjunto de **minipodcasts adicionales** que se siguen alimentando de forma regular.





Outriders

Outriders es un medio sin ánimo de lucro que cubre temas sociales de actualidad poniendo el foco en el desarrollo visual de las historias. Su equipo cuenta con reporteros y editores e incluye además desarrolladores y diseñadores multimedia, y ha recibido innumerables premios.

En 2021, uno de sus reportajes ha sido nominado al European Press Price.

Rojava Diary cuenta la historia de un refugiado que intenta atravesar la frontera con Turquía de forma irregular durante los ataques turcos en suelo sirio. Los periodistas utilizaron las **conversaciones de Whatsapp del migrante y toda la historia se desarrolla en tiempo real a través de una simulación de la herramienta telefónica**. No se trata de un tema novedoso, ni de un testimonio único, pero la forma de presentar la historia es impactante y accesible, convirtiendo este trabajo en algo excepcional e inspirador.



Industria del Control Migratorio

En el año 2016 la situación migratoria europea estuvo marcada por el éxodo sirio. La deshumanización de los sistemas de gestión migratoria, acompañada de políticas hasta el momento inaceptables en términos de respeto de la Carta de Derechos Humanos se naturalizó rápidamente. La narrativa de la securitización que se venía fraguando desde el año 2001 se impuso en todo el espacio informativo. Desde entonces, en este contexto conviven historias desgarradoras con informaciones alarmantes que abordan el fenómeno migratorio como si fuera una amenaza.

Sin embargo, por Causa decidió lanzar en 2020 su línea de trabajo de Industria del Control Migratorio que **analiza el entramado de empresas e intereses privados que se benefician de los nuevos sistemas públicos de control migratorio** basado en la restricción del movimiento. Como resultado de las investigaciones se publican diferentes trabajos basados en el análisis de datos, principalmente de los derivados de las contrataciones públicas.

En julio de 2020, el diario Público y la Fundación por Causa lanzaron un **especial bajo el título El control migratorio en España**. Esta publicación se divide en un lanzamiento de cuatro piezas consecutivas. La audiencia acumulada del especial supera en 2021 el millón de visitas y sitúa el concepto de Industria del Control Migratorio en el mapa de las narraciones sobre migraciones a nivel global.

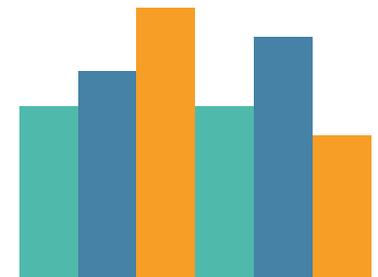




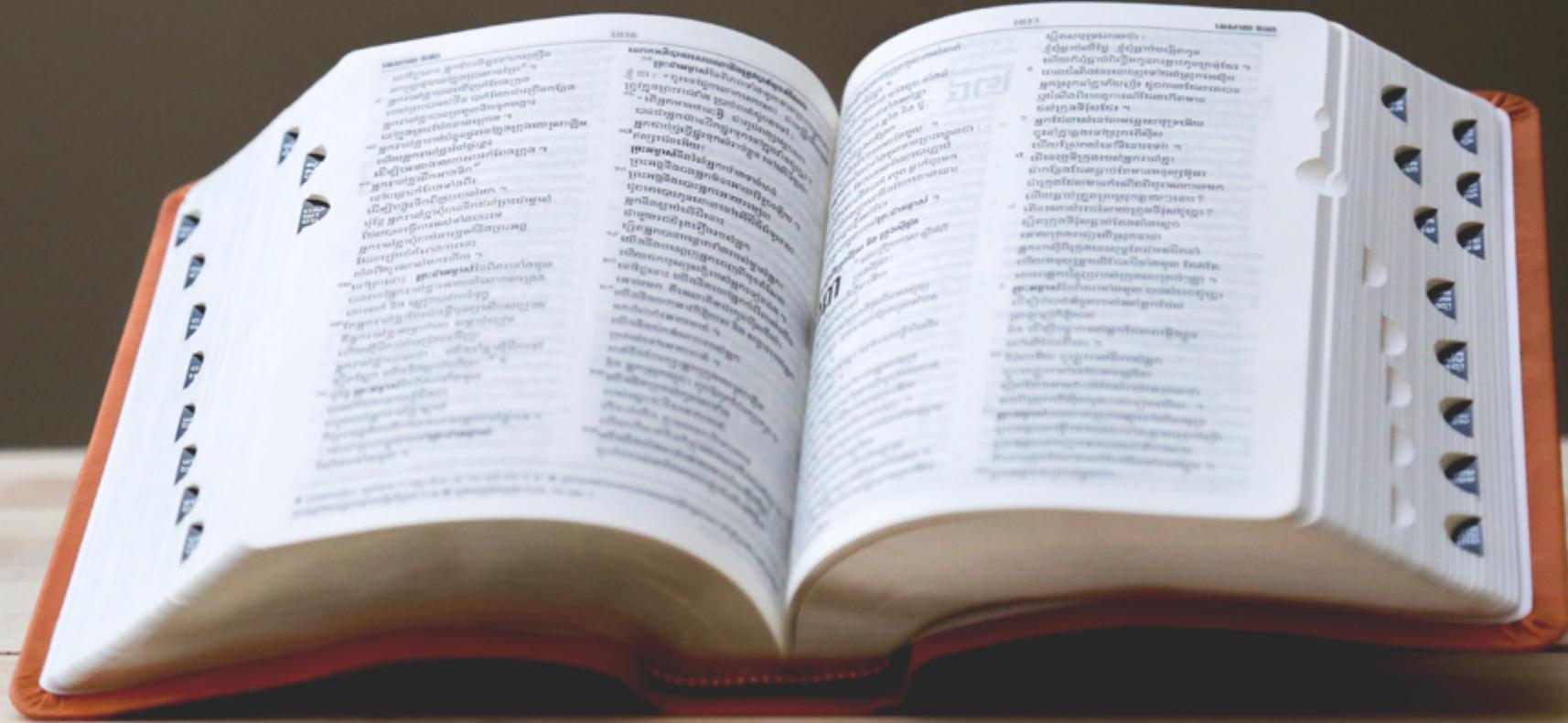
Years and years

Las nuevas narrativas sobre migraciones se encuentran en muchos productos comunicativos. Uno de los exponentes más relevantes es la miniserie coproducida por la BBC y HBO, **Years and years**.

Esta serie es una ficción que presenta cómo sería el mundo dentro de diez años. Uno de los personajes principales es un refugiado ucraniano que huye a Gran Bretaña del yugo ruso. La forma en la que la historia se desarrolla alrededor de este personaje nos hace entender hasta qué punto las migraciones son naturales y que **nuestro futuro depende de las decisiones que tomamos hoy, inmersos en narrativas distorsionadas y erróneas.**



Glosario



Glosario²³

Aculturación

Adopción progresiva de elementos de una cultura extranjera (ideas, términos, valores, normas, conductas, instituciones) por personas, grupos o clases de una cultura determinada. La adaptación parcial o total es el resultado de contactos e interacciones entre diferentes culturas a través de la migración y de las relaciones comerciales.

Apátrida

Persona que ningún Estado considera como nacional suyo, conforme a su legislación. (Art. 1 de la Convención sobre el estatuto de los apátridas, de 1954). Como tal, un apátrida no tiene aquellos derechos atribuibles a la nacionalidad, como por ejemplo, en el contexto de la protección diplomática de un Estado en que el principio aplicable es que un Estado solamente puede ejercer la protección diplomática en favor de sus nacionales.

Asilo diplomático

Refugio que los Estados pueden otorgar fuera de sus

fronteras o de su territorio, en lugares que gozan de inmunidad, a personas que solicitan protección de la autoridad que las persigue o solicita.

Asilo territorial

Protección garantizada por un Estado a un extranjero en su territorio, contra el ejercicio de la jurisdicción del Estado de origen, basada en el principio de non refoulement, que conlleva el ejercicio de determinados derechos reconocidos internacionalmente.

Defensor del pueblo

Funcionario designado o elegido, en la mayoría de los casos por las Asambleas Nacionales, Congresos o Parlamentos de los países, para recibir, investigar e informar sobre las quejas presentadas por particulares sobre las actuaciones del Gobierno. Por lo general, se relaciona con los derechos humanos y, en algunos países, con las cuestiones migratorias.

Delincuencia organizada

Actividad criminal o delictiva coordinada y controlada

por un grupo estructurado. Ver también tráfico ilícito, trata de personas.

Desplazamiento

Traslado forzoso de una persona de su hogar o país debido, por lo general, a conflictos armados o desastres naturales.

Diásporas

Personas y poblaciones étnicas que han abandonado su lugar de origen, individualmente o como miembros de redes organizadas y asociaciones, y mantienen lazos con su lugar de origen.

Emigración

Acto de salir de un Estado con el propósito de asentarse en otro. Las normas internacionales de derechos humanos establecen el derecho de toda persona de salir de cualquier país, incluido el suyo. Sólo en determinadas circunstancias, el Estado

Gestión migratoria

Término que se utiliza para designar las diversas

²³ Selección extraída del glosario oficial de la Organización Mundial de las Migraciones

Glosario

funciones gubernamentales relacionadas con la cuestión migratoria y el sistema nacional que se encarga, en forma ordenada, del ingreso y la presencia de extranjeros dentro de los límites de un Estado y de la protección de los refugiados y otras personas que requieren protección.

Inmigración

Proceso por el cual personas no nacionales ingresan a un país con el fin de establecerse en él.

Libertad de circulación

Este derecho está basado en tres elementos fundamentales: libertad de circulación en el territorio de un Estado (Art. 13 (1) de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948: "Toda persona tiene derecho a circular libremente y a elegir su residencia en el territorio de un Estado."), derecho a salir y a regresar a su propio país. (Art. 13 (2) de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948: "Toda persona tiene derecho a salir de cualquier país, incluso del propio, y a regresar a su país").

Menores no acompañados

Personas que no tienen la mayoría de edad y que no viajan acompañadas por un padre, un

tutor o cualquier otro adulto quien por ley o costumbre es responsable de ellos. Los menores no acompañados plantean situaciones especiales a los funcionarios de inmigración, puesto que las normas sobre detenciones y otras prácticas utilizadas para los extranjeros adultos pueden no ser apropiadas para ellos.

Migración

Movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas. Incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos, etc.

Migración de retorno

Movimiento de personas que regresan a su país de origen o a su residencia habitual, generalmente después de haber pasado por lo menos un año en otro país. Este regreso puede ser voluntario o no. Incluye la repatriación voluntaria.

Migrante

A nivel internacional no hay una definición universalmente aceptada del término "migrante". Este término abarca usualmente todos los casos en

los que la decisión de migrar es tomada libremente por la persona concernida por "razones de conveniencia personal" y sin intervención de factores externos que le obliguen a ello. Así, este término se aplica a las personas y a sus familiares que van a otro país o región con miras a mejorar sus condiciones sociales y materiales y sus perspectivas y las de sus familias.

Naturalización

Concesión de la nacionalidad por un Estado a un extranjero mediante un acto formal individual. El derecho internacional no prevé normas detalladas relativas a la naturalización, pero reconoce la competencia de cada Estado de naturalizar a personas que no son sus nacionales y que solicitan ser nacionales de ese Estado.

Principios humanitarios

Normas éticas aplicables a todos los actores humanitarios basadas en el derecho internacional humanitario y de los derechos humanos que buscan proteger la integridad de la acción humanitaria. La primera referencia explícita a los principios humanitarios se encuentra en los "Principios Fundamentales de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja", adoptados en 1965.

Glosario

Refugiado

Los refugiados son personas que huyen del conflicto y la persecución. Su condición y su protección están definidas por el derecho internacional. Refugiado es por lo tanto un término legal, para denominar unos derechos que potencialmente puede solicitar una persona que migra en determinadas condiciones.

Remesa

Suma de dinero ganada o adquirida por no nacionales, transferida a su país de origen.

Solicitante

Persona que pide formalmente una acción legal o gubernamental, tal como el otorgamiento del estatus de refugiado, un visado o un permiso de trabajo.

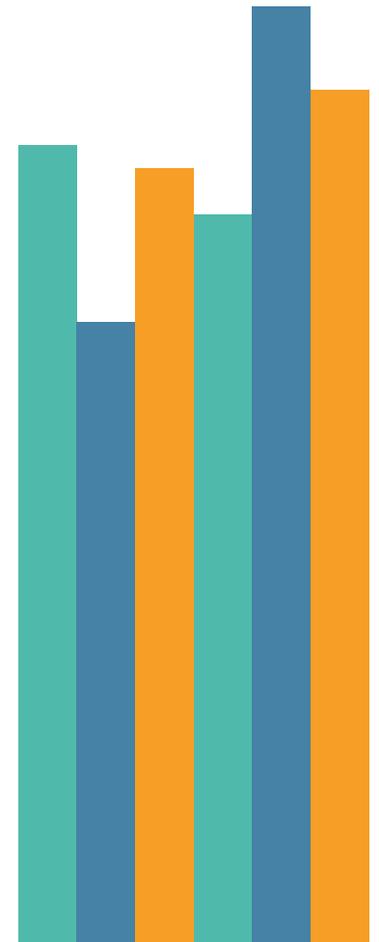
Trata de personas

La captación, el transporte, el traslado, la acogida o la recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al fraude, al engaño, al abuso de poder o de una situación de vulnerabilidad o a la concesión o recepción de pagos o beneficios para obtener el consentimiento de una persona que tenga autoridad sobre otra, con fines

de explotación. (Artículo 3 (a) del Protocolo para prevenir, suprimir y sancionar la trata de personas, especialmente mujeres y niños, que complementa la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional, 2000).

Xenofobia

Odio, repugnancia u hostilidad hacia los extranjeros. En el ámbito internacional no hay una definición aceptada de xenofobia aunque puede ser descrita como actitudes, prejuicios o conductas que rechazan, excluyen y, muchas veces, desprecian a otras personas, basados en la condición de extranjero o extraño a la identidad de la comunidad, de la sociedad o del país.





Guía didáctica para el correcto tratamiento mediático de las migraciones