

# Migrando Miradas

Manual práctico para la docencia sobre  
migraciones y comunicación ética



Las opiniones expresadas en las publicaciones de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) corresponden a los autores y no reflejan necesariamente las de la OIM. Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican juicio alguno por parte de la OIM sobre la condición jurídica de ningún país, territorio, ciudad o zona citada, o de sus autoridades, ni respecto del trazado de sus fronteras o límites.

La OIM está consagrada al principio de que la migración en forma ordenada y en condiciones humanas beneficia a las personas migrantes y a la sociedad. En su calidad de organismo intergubernamental, la OIM trabaja con sus asociados de la comunidad internacional para: ayudar a encarar los crecientes desafíos que plantea la gestión de las dinámicas migratorias; fomentar la comprensión de las cuestiones migratorias; alentar el desarrollo social y económico a través de la migración; y velar por el respeto de la dignidad humana y el bienestar de las personas migrantes.

Esta publicación fue posible gracias al apoyo del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones del Gobierno de España, en los términos del acuerdo suscrito entre el Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones del Reino de España y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). Las opiniones expresadas en la misma no reflejan necesariamente las políticas oficiales del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones del Gobierno de España.

Publicado por: Organización Internacional para las Migraciones  
Fernando el Católico, 10  
C.P. 28015  
Madrid, España  
Tel.: +34 915 94 36 70  
Fax: +34 915 94 32 83  
Correo electrónico: [iommadrid@iom.int](mailto:iommadrid@iom.int)  
Sitio web: <https://spain.iom.int/es>

Foto de la portada: © OIM 2023 / Daniel GONZÁLEZ

Cita obligatoria: Organización Internacional para las Migraciones (2023). Migrando miradas: manual práctico para la docencia sobre migraciones y comunicación ética. OIM, Madrid.

Esta guía no ha sido editada oficialmente por la OIM.

Esta guía fue emitida sin el aval de la Unidad de Investigación de la OIM (RES).

ISBN 978-92-9268-754-0 (PDF)

© OIM 2023



Reservados todos los derechos. La presente publicación está disponible en virtud de la licencia [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 IGO](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/) (CC BY-NC-ND 3.0 IGO)\*.

Si desea más información, consulte los [derechos de autor](#) y [las condiciones de utilización](#).

La presente publicación no podrá ser utilizada, publicada o redistribuida con fines comerciales o para la obtención de beneficios económicos, ni de manera que los propicie, con la excepción de los fines educativos, por ejemplo, para su inclusión en libros de texto.

Autorizaciones: Las solicitudes para la utilización comercial u otros derechos y autorizaciones deberán enviarse a [publications@iom.int](mailto:publications@iom.int)

# Migrando Miradas

Manual práctico para la docencia sobre  
migraciones y comunicación ética



MIGRANDO  
MIRADAS



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL  
Y MIGRACIONES





# Agradecimientos

---

La presente publicación ha sido elaborada por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en España y contó con el apoyo del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones del Gobierno de España.

Merecen un agradecimiento especial los docentes universitarios y estudiantes participantes de las diversas acciones consultivas desarrolladas por la OIM para la elaboración de esta guía. También damos nuestro sincero agradecimiento a todas las Universidades tanto públicas como privadas que han participado en las acciones enmarcadas en la iniciativa “Migrando Miradas”, así como a los periodistas referentes en periodismo de migraciones que han participado en las formaciones.

Por último, queremos dejar constancia de nuestro agradecimiento a los colegas del área de comunicación de la sede central de la OIM en Ginebra, y de la Oficina Regional de Bruselas, quienes aportaron su valioso conocimiento sobre la cuestión.

# Índice

## PARTE I. Elementos generales del manual

|   |    |
|---|----|
| Lista de abreviaturas .....               | V  |
| Glosario .....                            | VI |
| Indicaciones para el uso del manual ..... | 3  |
| Grupo meta y objetivos .....              | 5  |
| Metodología .....                         | 7  |
| Consejos prácticos .....                  | 10 |

## PARTE II. Módulos formativos dinamizados

### Módulo introductorio. La responsabilidad social de los profesionales de la comunicación

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Percepción social .....      | 24 |
| Responsabilidad social ..... | 29 |

### Módulo I. Compresión de las dinámicas migratorias en el contexto de la comunicación

|  |    |
|--|----|
| La migración como concepto .....                   | 34 |
| Las migraciones en la historia .....               | 38 |
| Datos globales sobre las migraciones .....         | 41 |
| Migraciones en España .....                        | 48 |
| Las contribuciones de las personas migrantes ..... | 60 |

### Módulo II. El uso de la terminología migratoria

|  |    |
|--|----|
| Principales términos relativos a las migraciones ..... | 70 |
|--|----|

### Módulo III. La representación actual de las migraciones en los medios

|   |    |
|---|----|
| ¿Qué se entiende por comunicación? .....                      | 90 |
| La cobertura mediática de las migraciones en los medios ..... | 96 |

### Módulo IV. Recomendaciones sobre el abordaje ético de las migraciones en la comunicación

|   |     |
|---|-----|
| El abordaje ético de las migraciones en la comunicación ..... | 104 |
|---|-----|

### Módulo V. Desinformación, estereotipos y discursos de odio en el contexto de las migraciones

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| Desinformación .....    | 118 |
| Estereotipos .....      | 127 |
| Discursos de odio ..... | 132 |

## PARTE III. Recursos adicionales para profundizar

|   |     |
|---|-----|
| Recursos adicionales para profundizar ..... | 148 |
| Referencias bibliográficas .....            | 157 |

## Notas

# Lista de abreviaturas

---

|                |  |
|----------------|--|
| <b>DAES</b>    | Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas           |
| <b>ICC</b>     | International Chamber of Commerce  |
| <b>INE</b>     | Instituto Nacional de Estadísticas   |
| <b>LGTBIQ+</b> | Lesbiana, gay, trans, bisexual, intersexual, queer, y otras                    |
| <b>OBEXE</b>   | Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia                                |
| <b>OIM</b>     | Organización Internacional para las Migraciones                                |
| <b>OMS</b>     | Organización Mundial de la Salud   |
| <b>OIT</b>     | Organización Internacional del Trabajo   |
| <b>RAE</b>     | Real Academia Española   |
| <b>UNESCO</b>  | Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura |

# Glosario

---

**Agenda 2030:** Es un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la sostenibilidad aprobado en 2015 por 193 Estados miembros de las Naciones Unidas. Un compromiso, no vinculante, en la que se reconoce la erradicación de la pobreza como el mayor desafío del mundo actual. La Agenda 2030 cuenta con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y un total de 169 metas que abordan las esferas económicas, sociales y ambientales<sup>1</sup>.

**Bulo:** Información falsa que se difunde, generalmente, con el fin de perjudicar a una persona, grupo de personas o institución, entre otros.

**Comunicación:** La comunicación, en su esencia, es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Existen diversas teorías que permiten ahondar en el concepto, pero que en definitiva ponen en valor la presencia de un emisor/es y un receptor/es, la creación y transmisión de unos mensajes, la intencionalidad de estos y el ruido que rodea todo el proceso, los canales que se emplean para transmitirlos...<sup>2,3,4,5</sup> En definitiva, un complejo proceso compuesto por múltiples elementos que se manifiestan de formas diversas. Se puede percibir la comunicación expresada de forma verbal, no verbal, escrita, visual, auditiva, publicitaria, periodística, etc<sup>6</sup>.

**Construcción social:** Son significados, nociones o connotaciones que las personas asignan a determinadas cuestiones que rodean su vida. Las construcciones sociales son imaginadas y surgen en un contexto sociocultural particular. Se construyen socialmente y no representan fielmente la realidad, aunque para las personas estas ideas sean naturales y obvias. Las construcciones sociales facilitan las relaciones interpersonales y la interacción entre las personas y su entorno. El género o la raza son un ejemplo de ello.

**Contribuciones:** Contribuir significa “aportar algo —dinero, tiempo, ideas, trabajo, bienes materiales— para conseguir un resultado junto con otras personas. Al margen de las relaciones personales, como las familiares y las de amistad, y en el contexto de la sociología y de la teoría del cambio social, las “contribuciones” son parte de las interacciones y los compromisos más amplios con los individuos, grupos e instituciones de la sociedad. En otras palabras, las contribuciones son un componente de los entornos estructurales y los procesos sociales más generales que sustentan y dan forma a las

---

<sup>1</sup> Naciones Unidas, s.f.a.

<sup>2</sup> Linares, 2016, p. 121.

<sup>3</sup> RAE, s.f.

<sup>4</sup> Maletzke, 1993.

<sup>5</sup> Alsina, 1995.

<sup>6</sup> De esta forma, se puede hablar de comunicación verbal, escrita y no verbal, así como comunicación según participantes (Individual, colectiva, intrapersonal, interindividual, intergrupala, masiva), comunicación sensorial (visual, auditiva, táctil, olfativa, gustativa).

sociedades. En general, pueden clasificarse en tres categorías: las socioculturales, las cívico-políticas y las económicas”<sup>7</sup>.

**Derechos Humanos:** Los derechos humanos son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición. Entre los derechos humanos se incluyen el derecho a la vida y a la libertad; a no estar sometido ni a esclavitud ni a torturas; a la libertad de opinión y de expresión; a la educación y al trabajo, entre otros muchos. Estos derechos corresponden a todas las personas, sin discriminación alguna<sup>8</sup>.

**Dinámica:** Actividades educativas heterogéneas y flexibles destinadas a favorecer el ritmo en la clase, despertar el interés del alumnado y/o reforzar los conocimientos adquiridos de forma colaborativa.

**Discurso político:** Una manifestación de ideas, posicionamientos, sobre determinadas cuestiones por parte de personas con cargos públicos. Por lo general, los discursos políticos tienen la finalidad de influir en las actitudes de la ciudadanía.

**Diseño gráfico:** Es la transmisión de mensajes a través de canales específicos, estos se expresan generalmente a través de la imagen en soportes como carteles, folletos, libros, animaciones, etc.

**Educación para desarrollo:** “Proceso educativo (formal, no formal e informal) constante encaminado, a través de conocimientos, actitudes y valores, a promover una ciudadanía global generadora de una cultura de la solidaridad comprometida en la lucha contra la pobreza y la exclusión, así como con la promoción del desarrollo humano y sostenible”<sup>9</sup>.

**Interculturalidad:** “El concepto de interculturalidad intenta reflejar las relaciones entre los distintos grupos culturales que conviven en un mismo espacio social. No sólo reconoce la existencia de la diversidad cultural, sino que celebra el encuentro entre culturas y promueve el diálogo entre ellas, lo cual no implica desconocer las desiguales relaciones de poder sobre las que se construyen muchas de las pretendidas diferencias culturales. En este sentido, las intervenciones basadas en un enfoque intercultural suponen no sólo reconocer las diferencias y promocionar el encuentro y la convivencia entre culturas, sino también cuestionar las condiciones a través de las que se construyen y ordenan de manera jerárquica muchas de esas diferencias, a través de un paradigma monocultural”<sup>10</sup>.

.....  
<sup>7</sup> OIM, 2020d, p. 320.

<sup>8</sup> Naciones Unidas, 2018.

<sup>9</sup> MAEC, 2007.

<sup>10</sup> OIM, 2017, p. 10.

**Interseccionalidad:** Interacción de diversos factores sociales que definen la identidad de una persona. En este sentido, factores como el género, la edad, la ubicación, la étnica, etc. determinan las vidas de las personas y no les afectan de forma separada, sino que la combinación de estos elementos identitarios genera desigualdad o ventajas diversas. Mapa conceptual: Es una recopilación y/o esquema con ideas y conceptos que ayuda a entender un tema concreto<sup>11, 12</sup>.

**Mensaje clave:** Enunciado construido de forma correcta, concreta y directa desde el punto de vista gramatical satisfaciendo el objetivo que se desea comunicar. Suele ser sencillo y fácil de comprender.

**Migración:** “Movimiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea a través de una frontera internacional o dentro de un país. En el módulo I del manual se podrá profundizar más sobre el concepto y otros relativos como ‘migrante’, ‘migrante internacional’ o ‘migración interna’”<sup>13</sup>.

**Organización de la sociedad civil:** Cualquier grupo de personas voluntarias sin fines de lucro que se organiza a nivel local, nacional o internacional<sup>14</sup>. Pueden ser organizaciones no gubernamentales, sindicatos, colegios profesionales, asociaciones, entre otros.

**Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular:** El 19 de septiembre de 2016, Jefes de Estado y de Gobierno se congregaron por primera vez en la historia a nivel mundial en el seno de la Asamblea General de las Naciones Unidas para discutir cuestiones relacionadas con la migración y los refugiados. Con la adopción de la Declaración de Nueva York sobre Refugiados y Migrantes, los 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas reconocieron la necesidad de un enfoque integral de la movilidad humana y de contar con una colaboración mejorada en todo el mundo. El Anexo II de la Declaración de Nueva York puso en movimiento un proceso de consultas y negociaciones intergubernamentales para el desarrollo de un Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular. Este proceso concluyó el 10 de diciembre de 2018 con la adopción del Pacto Mundial por parte de la mayoría de los Estados Miembros de las Naciones Unidas en una Conferencia Intergubernamental celebrada en Marrakech, Marruecos. El Pacto Mundial es el primer acuerdo negociado a nivel gubernamental, preparado con los auspicios de las Naciones Unidas, que cubre todas las dimensiones de la migración internacional de un modo holístico e integral. Es un documento no vinculante que respeta el derecho soberano de los Estados a determinar quiénes pueden ingresar y permanecer en su territorio y demuestra un compromiso con la cooperación internacional en el ámbito de las migraciones. Brinda la importante oportunidad de mejorar la gobernanza migratoria, de abordar los desafíos asociados con las migraciones en la actualidad, y fortalecer la contribución de las personas migrantes y de las migraciones al desarrollo sostenible<sup>15</sup>.

11 Naciones Unidas, 2019a.

12 Frías, 2022, pp. 12-14.

13 OIM, 2020b, p. 124.

14 Naciones Unidas, s.f.d.

15 OIM, 2018c.

**Perspectiva de género:** La integración de la perspectiva de género (o gender mainstreaming) es el proceso de evaluar las implicaciones para las mujeres, los hombres y las personas con diversas identidades de género de cualquier acción planificada-incluida la legislación, las políticas o los programas en todos los ámbitos y a todos los niveles. Es una estrategia para hacer que las preocupaciones y experiencias de las mujeres, los hombres y las personas con diversas identidades de género sean una dimensión integral del diseño, la aplicación, el seguimiento y la evaluación de las políticas y los programas<sup>16, 17</sup>.

**Productos de comunicación:** Es una acepción más general que incorpora no solo trabajos periodísticos tales como noticias, reportajes, crónicas o entrevistas, sino también spot publicitario, cartelera, banner, videojuego, guion para serie de televisión, programa, documental, obra de teatro, etc.

**Roles de género:** “Son construcciones sociales que conforman los comportamientos, las actividades, las expectativas y las oportunidades que se consideran apropiados en un determinado contexto sociocultural para todas las personas. Además, el género hace referencia a las relaciones entre las personas y a la distribución del poder en esas relaciones”<sup>18</sup>.

**Rumor:** Transferencias de información no confirmada y/o tendenciosa. Suele usarse con frecuencia como sinónimo de “bulo”.

---

<sup>16</sup> Naciones Unidas, s.f.c.

<sup>17</sup> OIM, 2020b, p. 108.

<sup>18</sup> OMS, 2018.

# Introducción

---

En diciembre de 2018, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó el Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular (resolución 73/195). El Pacto Mundial para la Migración es el primer Acuerdo intergubernamental, elaborado bajo los auspicios de las Naciones Unidas, que abarca todas las dimensiones de la migración internacional de forma holística y completa, y pone a las personas migrantes y los Derechos Humanos en el centro.

El compromiso ha sido asumido por un total de 192 Estados y para su consecución se formularon 23 objetivos. Entre estos, se encuentra el objetivo 17, centrado en la eliminación de todas las formas de discriminación y en la promoción de un discurso público con base empírica para modificar las percepciones que se tienen sobre las personas migrantes. Y para dicho objetivo, se propone, entre otras acciones, la de contribuir a un periodismo independiente, objetivo y de calidad en todos los medios de comunicación, sensibilizar y educar a sus profesionales, e invertir en la creación de iniciativas sobre la ética del periodismo. Todo esto siempre bajo el marco del respeto pleno a la libertad de los medios de comunicación a la hora de ejercer su función.

Para ello, se torna vital desarrollar acciones tanto globales como nacionales encaminadas a contribuir a alcanzar dicho objetivo. En este sentido, la oficina de la OIM en España, con la financiación del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, promovió la creación en 2022 del proyecto “Migrando Miradas: comunicación ética sobre migración en los medios”. Desde entonces, la iniciativa ha centrado sus acciones en fomentar la comunicación ética sobre las migraciones en los medios formando a estudiantes –al tratarse de los futuros profesionales de la comunicación– y docentes universitarios, dotándoles con conocimientos, herramientas y habilidades sobre la cuestión. El proyecto destaca por su visión holística de la comunicación, promoviendo la visión ética sobre las migraciones en áreas como el periodismo, la publicidad, la producción audiovisual o el diseño gráfico, entre otros.

Durante estas formaciones, el profesorado solicitó expresamente contar con contenidos prácticos que le facilitara abordar la comunicación ética en sus clases. Fruto de ello nace “Migrando Miradas: Manual práctico para la docencia sobre migraciones y comunicación ética”. El documento pretende satisfacer esta cuestión y así contribuir a la consecución del objetivo 17 del Pacto Mundial para la Migración.



# PARTE I

## ELEMENTOS GENERALES DEL MANUAL

© OIM 2021 / Safa MSEHLI





# Indicaciones para el uso del manual



El manual busca acompañar al profesorado universitario de Ciencias de la Comunicación y áreas afines en cómo abordar las realidades migratorias desde su ámbito de estudio incorporando a la temática una visión ética. Esta propuesta formativa se acompaña de una serie de dinámicas que permiten el acceso a contenidos formativos y prácticos específicos para estudiar la cuestión en las clases. La propuesta deberá ser adaptada por el propio profesorado según sus conocimientos, experiencias y objetivos enmarcados en sus clases. Por ello, apostando por una visión holística, las dinámicas que se introducen resultan abiertas en su enfoque y flexibles en su aplicación. De esta forma, podrá encontrar actividades enfocadas a la deontología en comunicación, géneros informativos, diseño de cartelera o producción de videojuegos, entre otros.

El manual está dividido en las siguientes partes:

## PARTE I

Ofrece un panorama general del manual, sus objetivos formativos y sus destinatarios principales. Además, ofrece consejos generales para implementar el manual, junto con un glosario que recoge los principales términos empleados a lo largo del manual.

## PARTE II

Profundiza en los módulos formativos de “Migrando Miradas” acompañados estos por una serie de dinámicas para introducir los temas o reforzarlos.

**Módulos formativos:** en base a la formación “Migrando Miradas”, se presente un repertorio de temas acompañados de sus respectivas narrativas. El manual ofrece una introducción a la temática que podrá ser completada haciéndose uso de los recursos adicionales que se muestran en las páginas finales del documento. Igualmente, se aconseja al docente la adaptación de los módulos y dinámicas en función de los objetivos de las asignaturas.

- ✓ **Módulo introductorio.** La responsabilidad social de los profesionales de la comunicación
- ✓ **Módulo I.** Comprensión de las migraciones en el contexto de la comunicación
- ✓ **Módulo II.** El uso de la terminología migratoria
- ✓ **Módulo III.** La representación actual de las migraciones en los medios
- ✓ **Módulo IV.** Recomendaciones sobre el abordaje ético de las realidades migratorias en la comunicación
- ✓ **Módulo V.** Desinformación, estereotipos y discursos de odio en el contexto de las migraciones

**Dinámicas:** Los módulos formativos van acompañados de una serie de dinámicas, las cuales recogen una amplia variedad de áreas de estudio y versatilidad en su aplicación. Cada dinámica cuenta con sus respectivos requisitos técnicos, y pueden venir acompañadas de fichas adicionales para llevarlas a cabo. Se aconseja consultar el apartado “Consejos prácticos” para comprender mejor su empleo.

**Diseción de las dinámicas:** La descripción de las dinámicas se componen de un grupo de elementos que facilitan la comprensión de su aplicación en el aula:

- ☑ **Descripción de la dinámica:** Breve explicación del empleo de la dinámica, así como sus vínculos con los contenidos abordados previamente en los módulos formativos.
- ☑ **Objetivos:** Se exponen los principales objetivos que configuran la dinámica. Es importante conectar el cierre de la actividad con los objetivos que se plantean y la temática en la que se enmarca.
- ☑ **Requisitos:** Especificación de requisitos técnicos básicos para hacer posible la dinámica.
- ☑ **Ficha adicional:** En el caso de que se requiera un documento extra para implementar la actividad, se indicaría en este apartado. La ficha adicional aparecería anexa a la dinámica.

### PARTE III

Recoge un apartado especial dedicado a los recursos complementarios que el profesorado podrá consultar para cumplir los módulos formativos, así como la bibliografía empleada para el desarrollo del manual y un apartado de notas, para recoger sus reflexiones durante la aplicación del manual o parte de este en el aula.

**Recursos adicionales para profundizar:** Recopilatorio de recursos adicionales relacionados tanto con las migraciones como con la comunicación, tales como herramientas, portales digitales, informes, guías o cursos, entre otros. Estos recursos se presentan clasificados por módulo formativo y permitan profundizar en las principales cuestiones abordadas en el temario.

# Grupo meta y objetivos

---

El **grupo meta** del manual está compuesto por:

- ✓ Docentes universitarios de Ciencias de la Comunicación.
- ✓ Docentes universitarios de Ciencias Sociales y/o con interés sobre la representación de las migraciones en comunicación.
- ✓ Docentes de Formación Profesional en los estudios relacionados con áreas de la comunicación (Producción de Audiovisuales, Radio y Espectáculos, Artes Gráficas, Comercio y Marketing, Publicidad, etc.).
- ✓ Docentes de Educación Secundaria y Bachillerato.

El **objetivo general** del manual es contribuir al desarrollo de capacidades tanto del docente como del alumnado para fomentar una comunicación ética sobre las migraciones en los medios. Para ello, la Organización internacional para las Migraciones se propone ampliar el conocimiento de estos, a través de un conjunto de dinámicas interdisciplinarias, herramientas, recursos, consejos prácticos y documentación complementaria que enriquecen el contenido de las asignaturas de los estudios relativos al área de la comunicación. Fundamental es contar con recursos didácticos como este que favorezcan la sostenibilidad entre los estudiantes de hoy, futuros profesionales de la comunicación el día de mañana.

Los **objetivos específicos** son:

## **Trabajar las percepciones del alumnado sobre las migraciones.**

- ✓ Promover respeto y tomar conciencia sobre la diversidad cultural de las sociedades globales.
- ✓ Generar una mirada crítica e intercultural en los futuros profesionales de la comunicación.
- ✓ Fomentar e incluir una representación normalizada de las personas migrantes como sujetos de derecho.

## **Fomentar una mejor comprensión sobre las migraciones y temas vinculados.**

- ✓ Entender la responsabilidad social en el periodismo y cualquier otra área de la comunicación.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación sobre Derechos Humanos, su fundamentación, justificación e interiorización.
- ✓ Conocer y saber abordar desde el ámbito de la comunicación la complejidad de las realidades migratorias.

### **Desarrollar habilidades técnicas para comunicar las migraciones de forma ética.**

- ✔ Capacitar en la identificación de fuentes y datos fidedignos y de calidad.
- ✔ Emplear correctamente la terminología migratoria.
- ✔ Aplicar las herramientas existentes para una comunicación ética.
- ✔ Hacer uso de las principales recomendaciones sobre el abordaje ético de las migraciones en comunicación.
- ✔ Identificar, prevenir y desarmar desinformación, estereotipos y discursos de odio en torno a las personas migrantes.

| <b>Competencias generales de los docentes</b>  | <b>Competencias generales del alumnado</b>  |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>✔ Conocimiento sobre áreas relativas a las Ciencias de la Comunicación.</li><li>✔ Conocimiento sobre la realidad migratoria contemporánea.</li><li>✔ Mirada intercultural e interdisciplinar.</li><li>✔ Conexión con la actualidad informativa.</li><li>✔ Capacidad para la dinámica de grupos, fomento de la participación y el diálogo crítico y reflexivo.</li><li>✔ Capacidad para construir un entorno de trabajo seguro y de confianza.</li><li>✔ Habilidades en la resolución de conflictos.</li><li>✔ Mantener una actitud respetuosa, abierta y educativa.</li><li>✔ Conocimientos y manejo de herramientas y dispositivos digitales.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>✔ Capacidad de análisis y resolución de problemas.</li><li>✔ Capacidad de trabajo en equipo de carácter interdisciplinar, planificación, emprendimiento, toma de decisiones y resolución de problemas.</li><li>✔ Espíritu crítico y compromiso ético.</li><li>✔ Habilidades en las relaciones interpersonales e interculturales.</li><li>✔ Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad, así como respeto a los derechos fundamentales y a la igualdad entre hombres y mujeres.</li><li>✔ Conocimientos y manejo de herramientas y dispositivos digitales.</li></ul> |

# Metodología

En el siguiente apartado se detalla la metodología seguida para el desarrollo del “Migrando Miradas: Manual práctico para la docencia sobre migraciones y comunicación ética” que se nutre de una gran variedad de métodos expuestos, a continuación. Entre estos métodos puede diferenciarse: aquellos encaminados a la realización y desarrollo de la guía, sus temáticas y dinámicas; y aquellos otros en los que se ha buscado una reflexión acerca de las temáticas y dinámicas de la guía contando con docentes, así como con estudiantes universitarios en España de diferentes carreras del área de Ciencias de la Comunicación y afines.

## 1. FASE DE REALIZACIÓN Y DESARROLLO DEL MANUAL

### 1.1. Desarrollo de contenidos formativos y dinámicas

Los contenidos formativos expuestos en los apartados temáticos representan una parte de la formación “Migrando Miradas”. Estas narrativas se nutren de una diversa consulta de fuentes bibliográficas relativas a las migraciones y la comunicación, especialmente literatura producida por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en sus más de 70 años de historia. Adicionalmente se complementa con información suministrada por otros organismos intergubernamentales, Estados o academia, entre otros. Tanto el desarrollo de los contenidos como el diseño de las dinámicas que acompañan cada unidad temática han sido realizadas por el equipo de la OIM.



© OIM 2021 / Alejandro ROJAS

## 2. FASE DE CONSULTAS

### 2.1. Prueba piloto de las dinámicas

Las formaciones del proyecto contemplaron un conjunto de dinámicas que facilitaron la asimilación de los contenidos impartidos. Al tiempo que el equipo de la OIM implementaba parte de las dinámicas, se analizaba su funcionamiento y la actitud del alumnado. Esto permitió, por un lado, identificar mejoras en el diseño de las dinámicas, y, por otro, descubrir el alto índice de participación e interés del alumnado y los docentes en formar parte de ellas.

## 2.2. Cuestionario al alumnado

Conociendo el interés mostrado por el alumnado participante de las formaciones “Migrando Miradas”, se realizó un cuestionario con 28 estudiantes (68% mujeres, 32% hombres) universitarios con el objetivo de obtener información sobre sus preferencias respecto al uso de las dinámicas. Los resultados aportarían información de cara a la producción de las dinámicas que se diseñarían para el manual.

© OIM 2022 / Alejandro ROJAS



© OIM 2023 / Alejandro ROJAS



## 2.3. Mesas redondas con docentes y alumnado

A lo largo de 2023, la OIM ha llevado a cabo tres mesas redondas con un total de cinco docentes en tres Comunidades Autónomas (Andalucía, Valencia y el País Vasco). En estas mesas también participó el alumnado de la formación “Migrando Miradas”. Mediante las mesas se pudo identificar, por un lado, el interés e implicación de los docentes y Universidades en el estudio de la cobertura migratoria en los medios, y, por otro, realizar una aproximación a las necesidades del profesorado y el alumnado en el abordaje de la cuestión.



## 2.4. Consulta nacional con docentes

Un total de 37 docentes (79% mujeres; 21% hombres) de toda España han participado en la consulta nacional celebrada en Madrid el día 15 de septiembre de 2023 en el espacio CaixaForum Madrid, para la creación del manual. Concretamente, los docentes provenían de Universidades de 8 Comunidades Autónomas: Andalucía, Canarias, Castilla-León, Cataluña, Madrid, Murcia, País Vasco y Valencia. Estos representan a su vez las siguientes áreas de estudio: Periodismo, Comunicación Audiovisual, Relaciones Públicas y Publicidad, Traducción, Ciencias Políticas, Sociología, Antropología, Derecho, Relaciones Internacionales y Educación, lo que ha permitido que se pudiese realizar una aproximación interdisciplinar en las actividades contempladas para la consulta nacional.

La consulta se ha llevado a cabo principalmente a través de una serie de mesas de trabajo compuestas por docentes. Ha servido para: a) profundizar en la identificación de necesidades del profesorado a la hora de abordar las migraciones en las aulas; b) analizar la propuesta del manual y conocer los requisitos esenciales que este se aplicara de forma correcta en las Universidades; y c) fortalecer los vínculos con la iniciativa y apropiación del manual por parte del profesorado.



© OIM 2023 / Alejandro ROJAS



© OIM 2023 / Alejandro ROJAS

# Consejos prácticos

El presente apartado recoge una serie de recomendaciones para facilitar la aplicabilidad del manual, se construye igualmente en base a la experiencia de la OIM facilitando cursos a una amplia variedad de audiencia, entre ellas estudiantes y docentes, así como de las buenas prácticas identificadas por docentes universitarios en las consultas desarrollada por la OIM.

## ➔ 1. FORMADORES

### 1.1. Fomentar el respeto

Se debe fomentar un discurso amplio con respeto del alumnado, poniendo en valor la importancia de la participación, el diálogo y la empatía. El profesorado debe valorar el contexto de la clase de cara a estimular la participación del alumnado a la hora de compartir sus experiencias sobre cuestiones concretas y reflexionar sobre situaciones particulares abordadas durante la formación.



### 1.2. Aumentar su conocimiento sobre las migraciones

La consulta de una amplia variedad de recursos existentes sobre las migraciones aumentará sus conocimientos sobre la cuestión. Se aconseja revisar los recursos complementarios que se exponen al final del manual y tomarlos como referencia para el aprendizaje continuo. Se aconseja adquirir conocimientos en materia de interculturalidad y gestión de la diversidad, así como en el área de la comunicación, para llevar a cabo el manual.

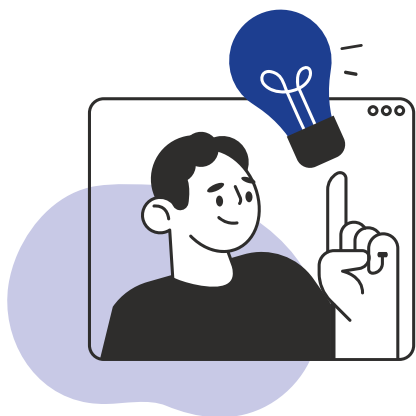
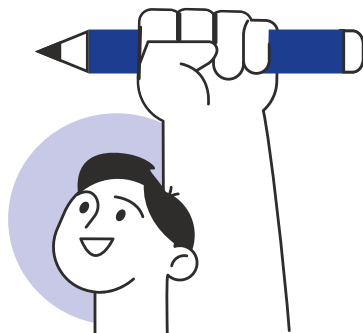
Especial mención requiere los cursos de la OIM ofrecidos de forma gratuita en su plataforma de formación en línea:

[www.ecampus.iom.int](http://www.ecampus.iom.int)



### 1.3. Apostar por la honestidad

Las migraciones son realidades complejas y cambiantes. Nadie conoce las respuestas a todas las preguntas y muchas de ellas no tienen respuestas únicas ni sencillas. Se aconseja impartir el temario con honestidad. Es decir, expresar sin miedo sus conocimientos y limitaciones sobre la cuestión, el alumnado agradecerá su sinceridad. Hacer esto le servirá ante cuestiones específicas y complejas que puedan aparecer en la formación o dinámicas y para las que no tenga una respuesta inmediata. Igualmente, el alumnado deberá ser consciente de que la formación podrá satisfacer parcialmente sus necesidades y expectativas, y que, en ocasiones, habrá particularidades que por diversas razones no podrá ser abordadas en la formación.



### 1.4. Adaptar los contenidos formativos

Se debe tener presente que los módulos, dinámicas y recursos del manual sirvan de guía para el desarrollo de la formación. Analice su caso particular como docente y valore el contenido que mejor se adapte a sus objetivos educativos. Haga uso de los recursos adicionales para profundizar que se ofrecen en las páginas finales del documento.

## **2. PROCESO FORMATIVO**

### **2.1. Revisar las necesidades de la sala**

El lugar de la formación se aconseja que sea un espacio versátil e idóneo para permitir que el alumnado se mueva fácilmente. Contar con una sala anexa podrá servir de apoyo a la hora de realizar algunas dinámicas. Igualmente, valore que el espacio cuenta con mobiliario móvil que permita la conformación de grupos con mesas grandes, ya que lo necesitará para realizar actividades grupales donde se requiere la distribución de diversos materiales. Evite dentro de lo posible hacer uso de escritorios individuales fijos. En cualquier caso, recuerde que la clave está en la dinamización, más allá del espacio con el que se pueda contar.



### **2.2. Introducir el tema**

Como introducción de parte del temario y/o dinámica del manual, puede resultar de interés delimitar las características principales en las que esta se enmarca. En este sentido, algunas de las cuestiones que se podrían mencionar son: motivaciones para estudiar el temario que se plantea, vínculos de este con la asignatura, duración, contenidos que se abordarán, objetivos que se esperan conseguir y actividades que integrarán la formación, en el caso de desarrollarse alguna dinámica.

Se aconseja que el alumnado pueda presentarse al resto, así como al profesorado, en el caso de que el alumnado no se conozca entre sí. Para hacer esto, y con el objetivo de que dicha actividad no consuma un tiempo de valor en la formación, el docente podrá pedir al alumnado que se presente cada vez que vaya a dar respuesta a cualquier cuestión que se plante durante la formación. En este sentido, podría presentarse al resto de las personas indicando su nombre, estudios que realiza o ha realizado, motivaciones por las que está presente en la formación y expectativas sobre esta. Estas preguntas podrán adaptarse en función del propio contexto de la clase.

### 2.3. Conocer las expectativas del alumnado

Valore conocer qué espera el alumnado de la formación. Para ello, puede emplear post-it, solicitándoles que identifiquen sus expectativas en el papel y las coloquen posteriormente en un espacio reservado del aula. El profesorado podrá consultarlos y dar respuesta a algunos de los post-it, indicando si existen vínculos entre sus expectativas y la formación. En el caso de que exista alguna que no mantenga una relación directa con la formación, se aconseja aportar algún documento complementario con posteridad.



### 2.4. Apostar por un entorno seguro e inclusivo

Desde el inicio de la formación es importante crear una atmósfera positiva y apostar por una comunicación abierta y horizontal entre el alumnado y el profesorado. Indique que se escucharán y discutirán todas las opiniones, experiencias, dudas y preguntas que surjan, y sus aportaciones serán útiles y válidas para construir de forma colectiva la formación.

Es probable que durante las dinámicas el alumnado realice comentarios negativos y/o basados en estereotipos sobre las personas migrantes. Teniendo en cuenta que esta temática será nueva para parte del alumnado, esta respuesta puede ser de esperar. Recuerde que su trabajo es promover un aprendizaje seguro, abierto y respetuoso, permitiendo que el alumnado pueda desarrollar una visión ética sobre el tratamiento de las migraciones en los medios bajo el marco de los Derechos Humanos.

## **2.5. Mantener presente en todo momento los objetivos de las dinámicas**

Mantenga en todo momento presente los objetivos de la actividad, si lo considere subrayelo al inicio de la dinámica, como recurso al que recurrir para redirigir la dinámica al objetivo inicial.

Dentro de la adaptación que pueda realizar, procure vincular también estos objetivos con los de su asignatura.

Abordando las realidades migratorias no es de extrañar que surjan temas que no se planteen inicialmente en el desarrollo de una dinámica. Si bien puede resultar de interés, se aconseja redirigir el objetivo principal de la formación o dinámica, ya que la cantidad de tiempo que se requerirá para discutirlos podría no asegurar la impartición del contenido de forma efectiva.



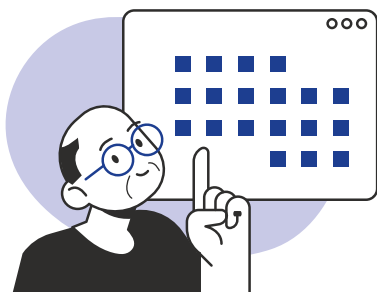
## **2.6. Agradecer**

No olvide reconocer y agradecer la participación del alumnado durante la formación desarrollada. Invíteles a reflexionar sobre lo aprendido y a como esto puede incorporarse tanto a su ámbito personal como profesional.

## ➔ 3. ADAPTACIÓN DE LAS DINÁMICAS

### 3.1. Incorporar la visión local

Al hacer uso de las dinámicas, piense en la posibilidad de adaptarlas al ámbito local con el uso de ejemplos, casos para analizar o fuentes de información que consultar, por ejemplo. Este enfoque permitirá al alumnado analizar su relación con las migraciones desde una visión más cercana y realista.



### 3.2. Gestionar el tiempo

Tanto los módulos como las dinámicas que plantean el presente manual no están configuradas en base a un tiempo limitado. Esta cuestión deberá ser definida por el profesorado, estableciendo los tiempos en funciones de criterios como los conocimientos previos del alumnado o la profundización que se desee realizar sobre la cuestión.

### 3.3. Valorar la aplicación de la dinámica en el aula

Analice el perfil del alumnado, sus capacidades, intereses y conocimientos sobre la cuestión que se plantean con el objetivo de valorar la idoneidad de emplear determinadas dinámicas en el aula. El manual presenta dinámicas diversas y con diferentes niveles de dificultad.



### 3.4. Adaptar el enfoque

Recuerde que el temario y las dinámicas son una mera propuesta, y que el profesorado deberá adaptarla a sus propias necesidades y objetivos de la docencia. En el desarrollo de las dinámicas valore adaptarlas centrándolas en productos concretos de comunicación que se vinculen mejor con su asignatura, por ejemplo, centrar la devolución en vez de en una noticia o reportaje en un spot publicitario o propuesta de guion.



## 4. DINAMIZACIÓN DE LOS GRUPOS

### 4.1. Presentar la dinámica

Establezca las principales características de la dinámica y compártelas con el alumnado con el objetivo de delimitar los pasos a seguir y evitar confusiones. Para ello, señale los objetivos de la actividad, las reglas que se establezcan, los recursos que se emplearán, conforme los grupos y marque tanto el tiempo de desarrollo como de devolución (cierre) de la dinámica. Indique igualmente el tiempo que tendrán los grupos para presentar sus conclusiones.

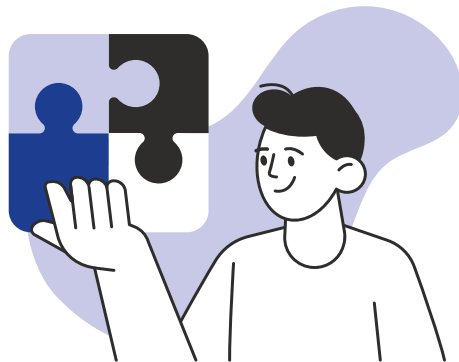
Tenga en cuenta que será difícil conseguir el objetivo establecido en la dinámica si previamente no se ha realizado una introducción al temario que se aborda en la dinámica.





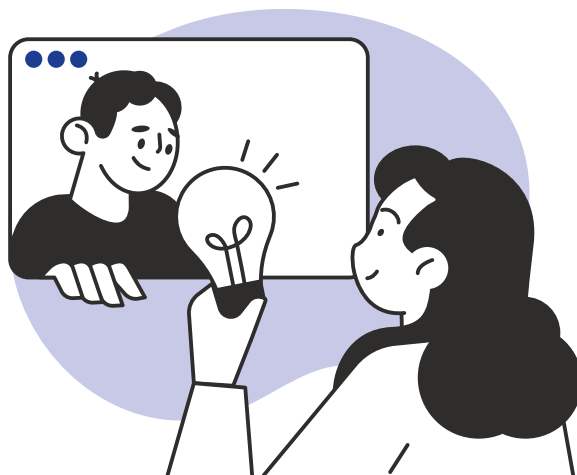
## 4.2. Configurar adecuadamente los grupos

Se recomienda crear grupos con un promedio de cinco integrantes con el objetivo de promover la participación en las actividades. A mayor número, menores posibilidades habrá de participación e interacción en la actividad. Igualmente, analice las relaciones interpersonales del alumnado durante la formación e intente conocer los estudios que realizan, en base a esto, configure grupos heterogéneos. El alumnado de “Migrando Miradas” han valorado muy satisfactoriamente la posibilidad que le ha ofrecido las dinámicas de conocer estudiantes de diversos campos de estudio y con visiones diferentes a las suyas. Igualmente, analice la participación del alumnado, evitando el dominio del discurso solo por el alumnado más activo. Alterne la composición de los grupos en las dinámicas con el objetivo de que trabajen con diferentes personas, prestando especial atención al equilibrio de género.



## 4.3. Evitar corregir a los participantes

Esfuércese por mantener un tono amable y de apoyo. Si requiere tiempo para ofrecer una respuesta acorde, invite previamente a otras personas a compartir su opinión. Corregir a determinada parte del alumnado, más si es públicamente, puede condicionar su participación. No querrá compartir más ideas o hacer más preguntas, además de que se resistirán a aprender. Redirigir la respuesta consultando al resto del alumnado favorecerá un abordaje más adecuado a la cuestión que se pueda plantear y ayudará a mantener la dignidad de la persona.



#### **4.4. Fomentar la participación y el espíritu crítico**

Asegúrese de que todos los participantes tienen la oportunidad de hablar y participar en las actividades, que todos sean respondidos con respeto y tratados de manera abierta y amistosa. Promueva la escucha activa.

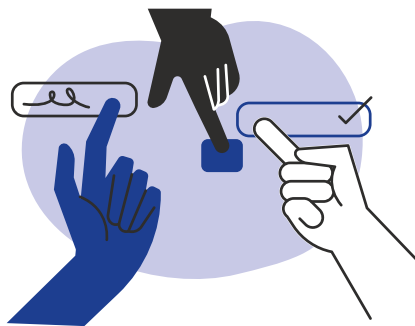
Genere debates con el alumnado, permitiéndoles expresar sus opiniones sobre las cuestiones que se mencionan en la formación. Deles tiempo para participar y protagonizar el espacio, quedando usted en una segunda posición como persona docente. Recuerde que su principal papel es introducir el temario, plantear la actividad y guiar al alumnado bajo los criterios establecidos, además de complementar cualquier cuestión adicional que pueda surgir. Delimite la duración y los límites del debate, idealmente, conclúyalos vinculándolos con los objetivos pedagógicos que se estén abordando.

Con el objetivo de que todo el alumnado participe durante las actividades, se aconseja repartir diversos roles a las personas que integran los grupos. En este sentido, podrá designar funciones como la persona que controla el tiempo, que revisa que todas las personas han participado, que toma nota, que mantiene el objetivo de la dinámica durante el desarrollo de esta evitando distracciones, que recoja las principales conclusiones y presenta los resultados, etc. El éxito general del curso dependerá en mayor medida de la voluntad del alumnado en verse implicado durante toda la formación y compartir sus reflexiones.

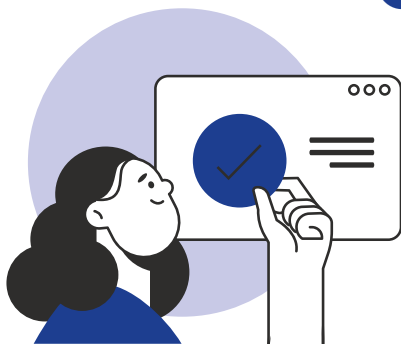
Una actividad que se puede plantear al inicio de la formación es el juego “Dos verdades y una mentira”. Para ello, en pequeños grupos, el alumnado deberá identificar dos verdades y una mentira sobre su vida. Luego, compartirlas con el resto del grupo. Finalmente, deberá indicar de forma individual cuáles creen que son las dos verdades y cual la mentira. El ejercicio estimulará la participación y la relación entre el alumnado.

#### 4.5. Realizar retroalimentación de las dinámicas

Indique a los grupos que deberán seleccionar a una persona para presentar los resultados de la dinámica. Tras esto, y antes de invitarles a participar, recuerde el tiempo que tendrán para realizar la devolución del ejercicio, con el objetivo de favorecer una participación compensada de todos los grupos. Permita igualmente que el resto del grupo pueda valorar y realizar aportes al trabajo de los grupos.



### ➔ 5. EVALUACIÓN

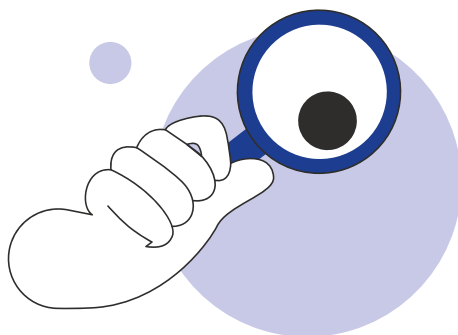


#### 5.1. Técnica de las palabras o titular

Una de las evaluaciones empleadas en las formaciones de “Migrando Miradas” para conocer la valoración del alumnado sobre el curso es la técnica de las palabras o el titular. En este sentido, dé al alumnado unos 5 minutos de reflexión sobre una de estas dos preguntas: ¿Cómo resumiría la formación en una palabra? O ¿Cuál sería el titular con el que resumiría la formación?

#### 5.2. Conocimientos aprendidos

Genere un debate con el alumnado que parte de las siguientes preguntas: ¿Qué ha aprendido en la formación? ¿Cuáles son las cuestiones que podría aplicar en ámbito personal o profesional? Tras esto, intente vincular las respuestas a los objetivos del temario y de la asignatura que imparta.



### 5.3. Evaluación anónima

Considere realizar un cuestionario anónimo donde el alumnado pueda desarrollar su feedback sobre la formación. Formule las preguntas desde un enfoque positivo y constructivo que permita al alumnado identificar cuestiones a mejorar.



### 5.4. Evaluación de las dinámicas

Tras la formación, es el momento de tomarse el tiempo de realizar una evaluación interna sobre el desarrollo de esta. Identifique los aspectos que han salido bien y mal, así como los conflictos que se hayan generado, y sobre esto analice cómo lo ha gestionado. En el caso de las dinámicas, valore si se han adaptado bien al alumnado, si se han entendido los conceptos, así como la gestión del tiempo, la necesidad de readaptarla, y cualquier otro aspecto que considere relevante.

Haga uso del apartado de notas, en las páginas finales de este manual, para recoger todas sus impresiones y conocimientos aprendidos durante la puesta en marcha de los contenidos, y asegúrese así que todo queda recogido en un mismo documento.

**PARTE II**  
MÓDULOS FORMATIVOS  
DINAMIZADOS

© OIM 2022 / Richard ARANA





# MÓDULO INTRODUCTORIO

## LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN

Percepción Social  
Responsabilidad Social



# Percepción Social

Preguntas como si los medios de comunicación alimentan las percepciones sociales sobre las personas migrantes, si contribuyen a crear estereotipos o si existe una mirada sesgada y poco profunda a la realidad compleja que rodea las realidades migratorias, son algunas de las cuestiones a las que se irá dando respuesta a lo largo de la propuesta formativa del manual.

Los medios de comunicación y los discursos políticos han alimentado, en muchas ocasiones, una imagen de las migraciones carente del análisis complejo que requiere<sup>19</sup>. Los medios, con frecuencia, recurren a imágenes donde se asocia las dinámicas migratorias con grandes desplazamientos de la población, personas que migran huyendo de la pobreza, los conflictos y el hambre. Este enfoque alimenta trabajos comunicativos como noticias, reportajes o tweets que deshumanizan, criminalizan o estereotipan a las personas migrantes<sup>20</sup>. Al retrasmir esta imagen se condiciona la actitud de los países de tránsito y acogida quienes acaban por percibir las personas migrantes como una amenaza<sup>21</sup>. Los medios, por lo tanto, tienen un fundamental rol a la hora de influir en las percepciones sociales y construir opinión pública sobre diversas cuestiones de la sociedad, entre ellas, sobre las migraciones<sup>22</sup>.

Algunos medios, la clase política y otros actores clave hacen uso de un lenguaje que negativiza las migraciones. Al hablar de esta como un problema que debe solucionarse, un riesgo que debe mitigarse, un desafío que debe “abordarse”, ocultándose los aspectos positivos en términos de riqueza y diversidad que ofrece<sup>23</sup>.

En una sociedad globalizada e intercultural como la actual, las personas han construido su percepción sobre las migraciones ya sea a través de una experiencia directa, haber migrado o conocer a personas que han migrado en su propio entorno, o por una experiencia indirecta, y mediática. Esta última se construye en base a la imagen que se representa en la sociedad, mediante los periódicos, películas, tuits, o los propios discursos políticos, entre otros.

El discurso de todos estos “actores malintencionados” impacta directamente en la percepción que la propia ciudadanía tiene sobre las personas migrantes. En 2017 un 29,3% de la población española consideraba que el número de personas migrantes en el país era “excesivo” y un 31,8%, “elevado”<sup>24</sup>. Por entonces, el porcentaje de población migrante en el país no llegaba al 10%. Esta percepción fue analizada por la OIM en 2020

<sup>19</sup> OIM, 2022a, pp. 225-243.

<sup>20</sup> Red Acoge, 2022.

<sup>21</sup> OIM, s.f.a.

<sup>22</sup> Rodríguez Borges, 2010, pp. 89-98.

<sup>23</sup> OIM, s.f.a.

<sup>24</sup> CIS, 2017, p. 3.





en la Comunidad de Andalucía. En este caso, las personas encuestadas cifraron en el doble el porcentaje de población migrante tanto en España como en Andalucía: respecto al porcentaje de población migrante en España, las personas encuestadas lo situaban en un 22,6% en 2020, cuando realmente era del 10,7%. En el caso de Andalucía, lo situaban en un 16,1%, cuando los datos reales eran del 7,8%<sup>25</sup>.

Cambiar la información que se pone a disposición de las personas puede influir decisivamente en las actitudes hacia las personas migrantes. Por ejemplo, una serie de estudios experimentales realizados en Europa y los Estados Unidos determinaron que la disponibilidad de información veraz sobre las poblaciones de migrantes influye en la percepción de las personas. En general, las personas que consultaban información veraz sobre el porcentaje de personas migrantes en sus países estaban más a favor de las migraciones que aquellos que no consultaban información veraz<sup>26</sup>.

Analizar la percepción social que se tiene sobre las personas migrantes como profesional, ya se esté en el sector de la comunicación como en cualquiera otra área de conocimiento, no es una tarea fácil. Requiere de un compromiso honesto por narrar la realidad que lo rodea, para ello es necesario construirse una mirada crítica e intercultural hacia las migraciones. Es decir, hacer un ejercicio constante de revisión de ideas, actitudes y percepciones.

<sup>25</sup> OIM, 2020e, p. 19.

<sup>26</sup> OIM, s.f.a.

# Dinámicas

Nº dinámica:

## 01

### Descripción de la dinámica

Al alumnado, se le hará entrega de tres post-it para cada persona. En cada uno de los post-it deberá escribir la primera palabra que les sugiere la mención de “migración”. Para ello, contará con un tiempo limitado de 15 segundos.

La idea inicial de la dinámica es que el alumnado no cuente con tiempo suficiente para pensar en ideas o palabras elaboradas sobre las realidades migratorias y que escriba las tres primeras palabras que se le venga a la mente.

Una vez pasado los 15 segundos, el alumnado descubrirá que deberá clasificar sus tres palabras, post-it, en tres columnas: positivo, negativo o neutro.

Una vez que todos los post-it hayan sido pegados, se dará un tiempo para la reflexión individual, invitando a la clase a analizar el imaginario colectivo sobre la “migración” que comparte el grupo, en función del balance de pegatinas en las columnas. Tras esto, se promoverá una reflexión colectiva sobre el ejercicio y el peso que la percepción social juega cuando se piensa en las migraciones.

### Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de la percepción social en el contexto de las migraciones.
- ✓ Analizar ideas preconcebidas sobre las migraciones.
- ✓ Reflexionar sobre el impacto de los medios de comunicación en la construcción de la percepción social.

### Requisitos

- ✓ Post-it
- ✓ Bolígrafo
- ✓ Soporte que permita la adhesión de post-it (por ejemplo, pizarras o papelógrafo).

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

## 02

### Descripción de la dinámica

Se presenta una serie de rostros de personas migrantes completamente desconocidas para la clase, en la ficha adicional de la dinámica. El alumnado deberá construir las historias de vida de estos rostros dando respuesta a las siguientes preguntas:

- 🗨️ ¿Cuál es su país de origen?
- 🗨️ ¿Cuáles son los motivos por los que ha migrado?
- 🗨️ ¿Cómo ha accedido al país?
- 🗨️ ¿Cómo es su vida en el país actualmente?
- 🗨️ ¿Cuáles son sus sueños?
- 🗨️ Otros.

Transcurrido el tiempo, se invitará al alumnado a compartir las historias de vida que han narrado dando respuesta a las preguntas y en base a sus propias ideas. Tras esto, el docente analizará junto con la clase el impacto que las percepciones sociales tienen a la hora de construir determinadas realidades como pueda ser las migraciones, para ello podrá guiarse de algunas de las siguientes preguntas: ¿Qué criterios se han tenido en cuenta para dar respuesta a los interrogantes planteados? En el caso de que se haya realizado en grupo ¿Ha habido consenso? ¿Cuáles han sido las razones que han llevado a no tener consenso? ¿Ha resultado fácil imaginar las historias de vida? ¿Por qué? ¿Hasta qué punto cree que la percepción social ha influido en la construcción de las historias de vida? ¿De qué forma cree que puede condicionar su percepción social sobre una persona o grupo de persona de cara a su inclusión en la sociedad?

### Objetivos

- ✔️ Introducir el concepto de percepción social.
- ✔️ Abordar la relación entre las percepciones y la responsabilidad social como futuros profesionales de la comunicación.
- ✔️ Analizar la influencia de las percepciones sociales en la construcción de imaginarios sobre las realidades migratorias de la percepción social.

### Requisitos

- ✔️ Proyector
- ✔️ Ordenador con conexión a Internet y salida de audio.

Ficha adicional: Si

Se pueden conocer las historias reales de las personas migrantes que aparecen en la ficha adicional en el canal de Youtube de OIM España o escaneando el siguiente código QR:



Dinámica 02

FICHA

© OIM 2022



**Preguntas para resolver**

Cuál es su país de origen \_\_\_\_\_

Cuáles son los motivos por los que ha migrado \_\_\_\_\_

Cómo ha accedido al país \_\_\_\_\_

Cómo es su vida en el país actualmente \_\_\_\_\_

Cuáles son sus sueños? \_\_\_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# Responsabilidad Social

---

Los profesionales de la comunicación deben identificar y reflexionar sobre los estereotipos, mitos y prejuicios que rodean a las personas migrantes, pero, más en especial, deben ser conscientes de la responsabilidad social que ante este hecho tienen, pues desde los medios y los productos de comunicación se perpetúan estas perspectivas negativas sobre las personas migrantes. Deben frenar los discursos de odio de la élite y los cercanos al poder, y de esta forma no contribuir a consolidar las concepciones reduccionistas que sobre las migraciones se trasladan a las audiencias.

Cuando las personas migrantes son percibidas como un peligro por el público<sup>27</sup>, esta concepción se vuelve socialmente aceptada. Un imaginario que, si bien se construye colectivamente, viene enfatizado principalmente por sectores como los mediáticos y políticos. La responsabilidad social de los medios y sus profesionales juegan aquí un papel crucial, por velar ofrecer una mirada honesta sobre la realidad migratoria poniendo en el centro la integridad de las personas migrantes y los Derechos Humanos. Esto debe ser una cuestión esencial para cualquier profesional que aborde la cuestión y ante ello no debe plantearse ningún debate.

La responsabilidad de los profesionales de los medios de comunicación pasa por cumplir con principios éticos que se aprenden desde el inicio de sus carreras abarcando aspectos como comprobar los datos, contrastar las fuentes, y apostar por la veracidad e imparcialidad, así como diferenciar rumores, opiniones y hechos reales, entre otros muchos.

Los medios construyen la realidad al mismo tiempo que la reflejan<sup>28</sup>. Proporcionan modelos de identidad. En definitiva, ejercen una influencia poderosa en las audiencias a través de todos sus formatos, ya sea informativos, de entretenimiento o de publicidad. Abordar las dinámicas migratorias desde un enfoque de responsabilidad social no se centra exclusivamente en actuar en consecuencia, sino que es una oportunidad para enriquecer los productos de comunicación con una mirada integral, crítica e intercultural a las realidades migratorias, un hecho que sucede con poca frecuencia en los medios. Como sujetos de derechos, las personas migrantes deben tener la potestad de contar su propia historia, con su propia voz, sus propias experiencias y con todas las dimensiones necesarias. Son ellos y ellas quienes la viven, y no otros actores.

Esta responsabilidad no es exclusiva de los profesionales de los medios, sino también de las empresas mediáticas. No se puede exigir productos de comunicación honestos sobre las realidades migratorias sin analizar previamente el entorno de trabajo de estos profesionales, complejo y cambiante, y que, con frecuencia, influye en la calidad de sus trabajos.

---

<sup>27</sup> Triandafyllidou, 2017.

<sup>28</sup> Ibid, p. 4.

## Dinámicas

Nº dinámica:

**03**

### Descripción de la dinámica

Esta dinámica presenta un listado de productos comunicativos emparejados con unas propuestas comunicativas específicas. El alumnado deberá reflexionar sobre la responsabilidad social que tiene, como futuros profesionales de la comunicación, frente a una de las ocho solicitudes que se expresan en cada uno de los productos comunicativos, ver ficha adicional. El docente, en función del contexto de la clase, indicará el producto más acorde a analizar. El alumnado deberá incorporar en la ficha adicional su valoración sobre la propuesta indicando si la acepta, la rechaza o sugiere cambios, acompañada de los motivos de esta decisión.

Una vez resueltas las propuestas, se fomentará el debate para profundizar. Para ello, podrá hacerse uso de algunas de estas preguntas: ¿Ha resultado fácil detectar qué es aceptable y que no? ¿En qué se han basado para rechazar o aceptar la propuesta? ¿Podría incorporar a sus valoraciones la perspectiva de los Derechos Humanos? ¿Qué papel juega aquí su responsabilidad social como profesional?

### Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de responsabilidad social de los profesionales de la comunicación en el contexto de las migraciones.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de los medios en el desarrollo de estrategias para abordar la responsabilidad social en el sector.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: Sí

Dinámica 03

**FICHA**



**Video juego**

Una empresa de videojuegos desea desarrollar un proyecto centrado en las travesías peligrosas de las rutas migratorias para sensibilizar sobre ello a toda la ciudadanía.

Aceptar  Rechazar  Sugerir

**Razones**

---

---

---

---



**Campaña publicitaria**

Una empresa de cosméticos desea relanzar la venta de un labial. Para ello, cambia su público objetivo por el de mujeres afroamericanas.

Aceptar  Rechazar  Sugerir

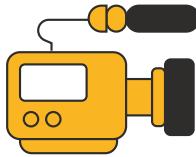
**Razones**

---

---

---

---



**Reportaje**

El redactor jefe solicita la realización de un reportaje para el Día internacional del Migrante. Indica acudir a la zonas de la periferia para mostrar el día a día de una persona migrante.

Aceptar  Rechazar  Sugerir

**Razones**

---

---

---

---



**Diseño Gráfico**

Una empresa desea crear un cartel donde se reconozca la diversidad de una gran ciudad. Solicitan que aparezcan mujeres africanas hombres latinoamericanos y menores asiáticos.

Aceptar  Rechazar  Sugerir

**Razones**

---

---

---

---





## **MÓDULO I**

# COMPRENSIÓN DE LAS DINÁMICAS MIGRATORIAS EN EL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN

La migración como concepto  
Las migraciones en la historia  
Datos globales sobre las migraciones  
Migraciones en España  
Las contribuciones de las personas migrantes



# La migración como concepto



© OIM 2022 / Alexandra APEŢEAN

Tal y como reconoce la OIM se entiende lo siguiente por “migración”, “migrante”, “migración internacional” y “migración interna”:

- **Migración:** “Movimiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea a través de una frontera internacional o dentro de un país”<sup>29</sup>.
- **Migrante:** “Término genérico no definido en el derecho internacional que, por uso común, designa a toda persona que se traslada fuera de su lugar de residencia habitual, ya sea dentro de un país o a través de una frontera internacional, de manera temporal o permanente, y por diversas razones”<sup>30</sup>.

Este término comprende una serie de categorías jurídicas bien definidas de personas, como las personas trabajadoras migrantes; las personas cuya forma particular de traslado está jurídicamente definida, como las personas migrantes objetos de tráfico; así como las personas cuya condición o medio de traslado no están expresamente definidas en el derecho internacional, como los estudiantes internacionales.

- **Migración internacional:** “Movimiento de personas fuera de su lugar de residencia habitual y a través de una frontera internacional hacia un país del que no son nacionales”<sup>31</sup>.
- **Migración interna:** “Movimiento de personas dentro de un país que conlleva el establecimiento de una nueva residencia temporal o permanente”<sup>32</sup>.

<sup>29</sup> OIM, 2020b, p. 124.

<sup>30</sup> Ibid., p. 132.

<sup>31</sup> Ibid., p. 136.

<sup>32</sup> Ibid., p. 127.

Las migraciones internas pueden ser de carácter temporal o permanente e incluyen a las personas que se han visto desplazadas de su lugar de residencia habitual, como las personas desplazadas internas, y las personas que deciden trasladarse a un nuevo lugar, por ejemplo, en el caso de la migración de zonas rurales a zonas urbanas. El término comprende asimismo a las personas nacionales y los no nacionales que se trasladan dentro de un país, siempre y cuando se trasladen fuera de su lugar de residencia habitual.

En el plano internacional, no existe una definición universalmente aceptada de persona “migrante”. La presente definición ha sido elaborada por la OIM para sus propios fines y no presupone ni establece la existencia de una nueva categoría jurídica. Es importante tener presente el no consenso en torno a la definición ya que esto determina cómo cada Estado y/o institución contabiliza los datos sobre la cuestión.

A efectos de la recopilación de datos sobre migración, el Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas (DAES) define “migrante internacional” como “toda persona que cambia de país de residencia habitual”. Esta definición del DAES excluye los viajes al exterior “con fines de ocio, vacaciones, visitas a parientes y amigos, negocios, tratamiento médico o peregrinación religiosa”<sup>33</sup>, aunque sí podría considerarse para la definición de movilidad humana desde una visión más general:

- **Movilidad humana:** “Término genérico que abarca todas las diferentes formas de movimiento de personas. El término “movilidad humana” designa una gama más amplia de movimientos de personas que el término “migración”. También abarca a los turistas que, por lo general, no se consideran migrantes”<sup>34</sup>.

Tan solo con la acepción de “migrante” se pueden conocer cerca de una veintena de derivaciones del término. Más allá de esto, existen otros conceptos que permiten, de igual forma, conocer en mayor profundidad la complejidad de la realidad migratoria. Todos los términos pueden consultarse en el *Glosario de la OIM sobre Migración (2020)*<sup>35</sup>.

<sup>33</sup> OIM, 2020b, p. 127.

<sup>34</sup> Ibid., p. 144.

<sup>35</sup> OIM, 2020b.

# Dinámicas

Nº dinámica:

**04**

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá elaborar un mapa conceptual sobre las dinámicas migratorias. La idea de partida, a modo de lluvia de ideas, es que puedan reflejar los elementos que consideren clave para entender las migraciones. En primer lugar, se les solicitará que mencionen un mínimo de 20 ideas. La identificación de las ideas deberá ser completamente libre y quedar reflejadas en una pizarra o mural colaborativo, por ejemplo.

Una vez sean volcadas todas las ideas en el mapa conceptual, y con el objetivo de profundizar en la complejidad de la realidad migratoria, se les solicitará que clasifiquen los elementos en una serie de categorías:

- Elementos transversales de las migraciones.
- Cuestiones de género.
- Cambio climático.
- Conexión con la actualidad.

Finalizado la construcción del mapa conceptual, se propone promover un debate que dé respuesta a algunas de las siguientes preguntas: ¿Ha resultado fácil o complejo afrontar el mapa conceptual? ¿Por qué? ¿Hay elementos que resulten difíciles de entender cómo transversales? ¿Qué aprendizaje se puede extraer de este breve ejercicio? ¿Cuáles de los aspectos identificados en el mapa conceptual asocia al contexto migratorio de su localidad? Finalmente, valore dar a elegir al alumnado desarrollar un producto de comunicación que se alimente del mapa conceptual desarrollado. Dé a elegir al alumnado un producto comunicativo en el que desarrollen el mapa conceptual analizado.

## Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de “migración” y “persona migrante”.
- ✓ Identificar elementos transversales relativos a las dinámicas migratorias.
- ✓ Fomentar una mirada crítica sobre las migraciones de cara a la producción de contenidos comunicativos.

## Requisitos

- ✓ Papelógrafo, pizarra o mural online colaborativo.

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

## 05

### Descripción de la dinámica

Para esta dinámica, antes de iniciar la formación, el alumnado deberá construir la historia de vida de una persona migrante, subrayando de forma sucinta aquellos elementos que considere esenciales para entender la historia. El profesorado podrá usar de apoyo visual algunos de los rostros que aparecen en la dinámica 02 del presente manual. Algunos de estos elementos podrán ser:

- País de origen, de tránsito y de destino.
- Vía de acceso al país de destino.
- En el caso de que trabaje, indicar el sector.
- Motivos por lo que migra.
- Sus sueños.
- Y otros.

Tras finalizar la formación, se les solicitará que revise las historias de vida y la reconstruyan identificando los nuevos elementos que han incorporado y compartiendo los motivos de estas modificaciones con el resto de la clase.

### Objetivos

- ✓ Introducción al concepto de “migración” y “migrante”.
- ✓ Profundizar en los múltiples factores que condicionen los proyectos migratorios.
- ✓ Abordar la historia de vida como producto comunicativo para narrar las migraciones en los medios.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: No

# Las migraciones en la historia

Diversos hechos históricos recuerdan que las dinámicas migratorias son hechos milenarios y, por lo tanto, nada recientes. En la prehistoria ya se inició la expansión de la humanidad, y los primeros habitantes comenzaron a desplazarse y a habitar otras regiones del globo. Este hecho no se frenó, sino todo lo contrario, continuó con el paso del tiempo, convirtiendo la movilidad humana en una característica inherente a la vida. Conforme aumentaba la población mundial, lo hacían las migraciones.

A modo de ejemplo, podemos destacar algunos periodos históricos donde los flujos migratorios cobraron relevancia:



## Prehistoria

Los cambios climático-geográficos, tales como las glaciaciones, vinculados además a la necesidad de buscar comida y nuevos territorios para sobrevivir<sup>36</sup>, fueron algunos de los principales factores que motivaron a las personas a migrar<sup>37</sup>.



## Edad Antigua

Los imperios de Grecia, Cartago o Roma migraban y conquistaban nuevas tierras. Establecían así nuevas colonias, expandiendo su imperio y con él su comercio, economía y cultura, entre otros<sup>38, 39</sup>.



## Edad Media

Las invasiones bárbaras, la expansión del islam y el imperio bizantino ocuparon un especial protagonismo en las migraciones de la Edad Media<sup>40</sup>.

<sup>36</sup> Durante la prehistoria las sociedades eran de cazadores-recolectores lo que implicaba que estuvieran en constante movimiento. Una vez se comenzó el proceso de domesticación y agricultura comienzan los primeros asentamientos humanos. En este sentido, no sería un desacierto apuntar a que todas las personas vienen de las migraciones.

<sup>37</sup> Groeneveld, 2017.

<sup>38</sup> Amunátegui Perelló, 2013.

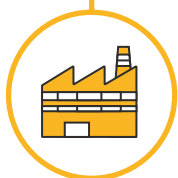
<sup>39</sup> IOM, 2018a, p.125.

<sup>40</sup> Van der Crabben, 2010.



### Edad Moderna

Durante estos años las migraciones transoceánicas cobraron relevancia, especialmente tras la llegada de las navieras españolas al continente americano. Múltiples motivos alentaron las migraciones durante esta época: la búsqueda de nuevos recursos, la trata, la expansión de los imperios, etc.<sup>41</sup>



### Edad Contemporánea

La Revolución Industrial, la expansión del capitalismo y la comercialización caracterizaron un periodo donde la movilidad humana se vio impulsada por estos acontecimientos. En esta época, los flujos migratorios transoceánicos fueron especialmente significativos entre Europa y Asia y entre América y Oceanía<sup>42</sup>.



### Siglo XX

El extraordinario desarrollo de los medios de transporte y de comunicación facilitaron las dinámicas migratorias. Estos flujos se incrementaron especialmente como consecuencia de las dos Guerras Mundiales durante la primera mitad del siglo. De forma paralela, en todo el siglo se dieron conflictos que marcaron grandes movimientos migratorios: Guerra Fría, guerras civiles, etc.<sup>43</sup>



### Siglo XXI

Las guerras y conflictos latentes en el globo, la crisis económica y financiera iniciada en 2008<sup>44</sup>, la pandemia de COVID-19<sup>45</sup>, o programas de movilidad circular para personas trabajadoras, estudios y estancias de investigación académica, y otras múltiples razones configuran la imagen de las migraciones del siglo XXI.

<sup>41</sup> Tromantona, 2018.

<sup>42</sup> Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2006).

<sup>43</sup> OIM, s.f.b.

<sup>44</sup> OIM, 2018, p. 25.

<sup>45</sup> OIM, 2022, pp. 157-179.

## Dinámicas

Nº dinámica:

**06**

### Descripción de la dinámica

El profesorado deberá elegir un bulo lanzado por una persona en un debate televisivo sobre la historia de las migraciones, consultar ficha adicional. El alumnado deberá preparar una serie de réplicas con mensajes clave para neutralizar el rumor.

Una vez elaboradas las replicadas, estas deberán ser expuestas ante la clase, con el objetivo de profundizar en la historia de las migraciones y analizar la importancia de los mensajes clave como aliados para combatir los bulos.

### Objetivos

- ✓ Abordar la perspectiva histórica de las migraciones.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la neutralización de bulos en el contexto de las migraciones.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: No

Dinámica 06

### FICHA ADICIONAL

“Nunca ha habido tantas personas migrantes en la historia como en la actualidad”.

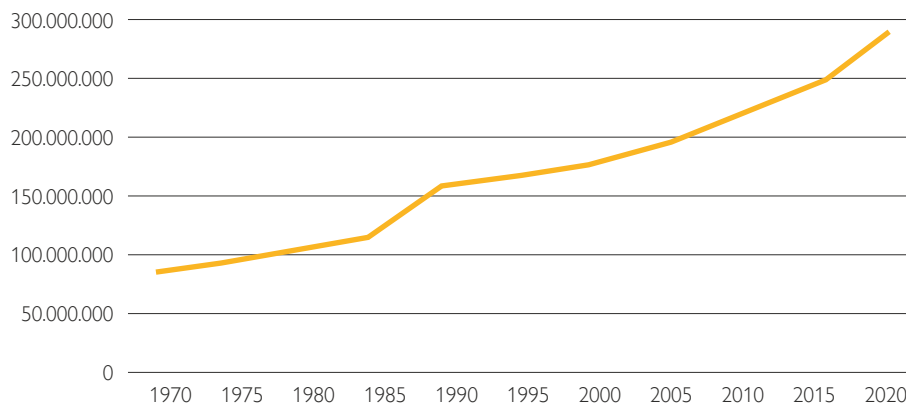
“Las personas comenzaron a migrar ahora, en el siglo XXI, porque se les ha permitido”.

“En la historia no hay registros de que las personas en el pasado migrasen, es un hecho de la historia reciente”.



# Datos globales sobre las migraciones

Nº personas migrantes internacionales en el mundo en 2020



Fuente: OIM, 2022d.

El número estimado de personas migrantes internacionales ha aumentado en los últimos 50 años en consonancia con el crecimiento de la población mundial. En 2020 vivían en un país distinto de su país natal 281 millones de personas aproximadamente, lo que supone apenas el 3,6% de la población mundial<sup>46</sup>.

Según las cifras actuales, en el mundo hay más personas migrantes internacionales varones que mujeres, con una diferencia que se ha ampliado en los últimos 20 años. En 2020, 146 millones de personas eran migrantes hombres, frente a 135 millones de mujeres migrantes. La proporción de migrantes varones ha aumentado en 1,4 puntos porcentuales, mientras que la del sexo femenino ha venido disminuyendo en cifras globales<sup>47</sup>.

En el caso de Europa, el continente emerge como el principal destino en el mundo para las personas migrantes, con un total de 86,7 millones de migrantes en 2020, es decir, 11,6%<sup>48, 49</sup> de la población total de la región corresponde a personas migrantes internacionales. Algo más de la mitad de ellos (44 millones) eran personas nacidas en Europa que residían en otras partes de la región. En 2020, la población migrante no europea presente en Europa superaba los 40 millones.

<sup>46</sup> OIM, 2022d, p. 3.

<sup>47</sup> Ibid.

<sup>48</sup> OIM, s.f.d.

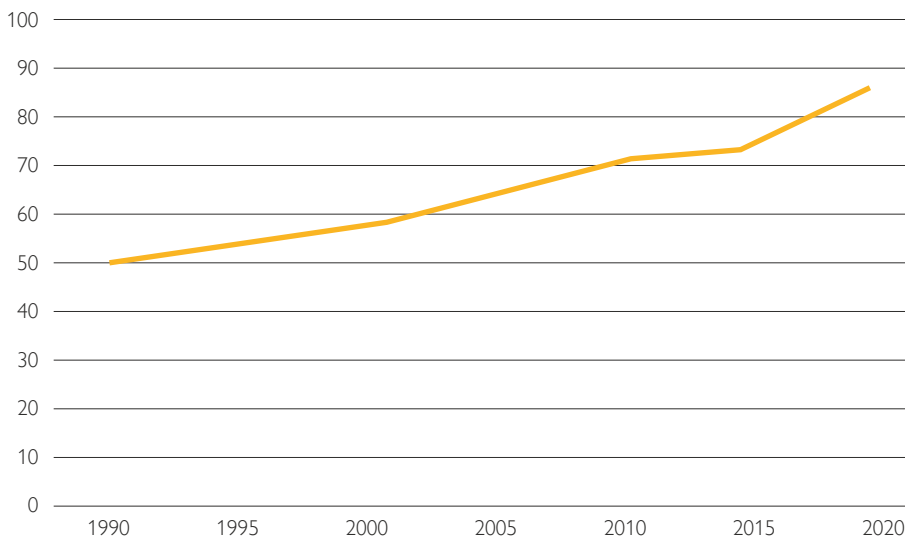
<sup>49</sup> También se pueden consultar los datos aportados por el [Eurostat](#), aunque estos ofrecen datos acumulativos incorporando a sus estadísticas también las personas migrantes que obtuvieron la nacionalidad (country of birth).

## PARTE II. Módulos formativos dinamizados.

Comprensión de las dinámicas migratorias en el contexto de la comunicación. Datos sobre las migraciones globales.

En estos últimos años, el número de personas migrantes en Europa ha aumentado, al igual que las cifras globales:

### Nº personas migrantes internacionales en Europa en 2020



Fuente: OIM, s.f.d.

Las cifras respecto a sexo reflejan un panorama diferente a los datos globales. En esta ocasión, la región europea cuenta con 44,7 millones de mujeres migrantes<sup>50</sup>, frente a 41,9 millones de hombres migrantes.

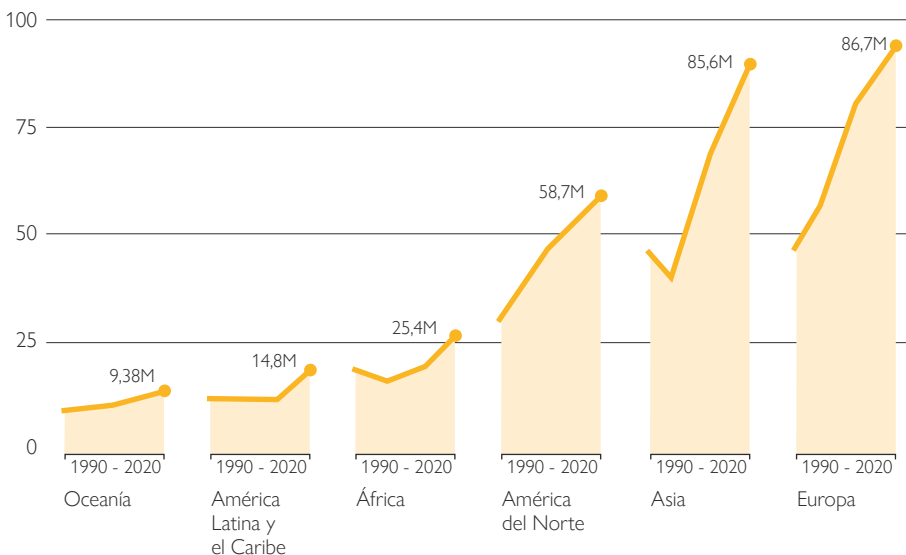
Seguido de Europa, las siguientes regiones con un mayor número de personas migrantes son Asia, con 86 millones (30,5%), América del Norte, con 59 millones (20,9%), África, con 25 millones (9%), América Latina y el Caribe, 15 millones (5,3%) y Oceanía, con 9 millones (3,3%)<sup>51</sup>.

Para profundizar en las realidades migratorias, resulta de interés conocer los principales países de destino de la población migrante, así como los principales de países de origen:

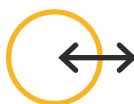
<sup>50</sup> OIM, s.f.d.

<sup>51</sup> OIM, 2022d, p. 24.

**Evolución del número de personas migrantes internacionales en todas las regiones de las Naciones Unidas en 2020**



**País de origen:** “En el contexto de la migración, país de nacionalidad o de anterior residencia habitual de una persona o grupo de personas que han emigrado al extranjero, independientemente de si lo hacen de forma regular o irregular”<sup>52</sup>.



**País de tránsito:** “En el contexto de la migración, país por el que pasa una persona o grupo de personas, en cualquier viaje hacia el país de destino, o bien desde el país de destino hacia el país de origen o de residencia habitual”<sup>53</sup>.



**País de destino:** “En el contexto de las migraciones, “país que corresponde al destino de una persona o de un grupo de personas, independientemente de si migran de forma regular o irregular”<sup>54</sup>.

En lo que respecta a los países de destino de las personas migrantes, Estados Unidos de América ocupa la primera posición (51 millones de personas migrantes internacionales), seguido de Alemania (16 millones), Arabia Saudita (13 millones), la Federación de Rusia (12 millones) y Reino Unido (9 millones). España se encuentra en la posición décima en número de personas migrantes que viven en el territorio. En lo que respecta a países de origen, la India se encuentra en la primera posición (18 millones de personas residentes

<sup>52</sup> OIM, 2020b, p. 159.

<sup>53</sup> Ibid., p. 162.

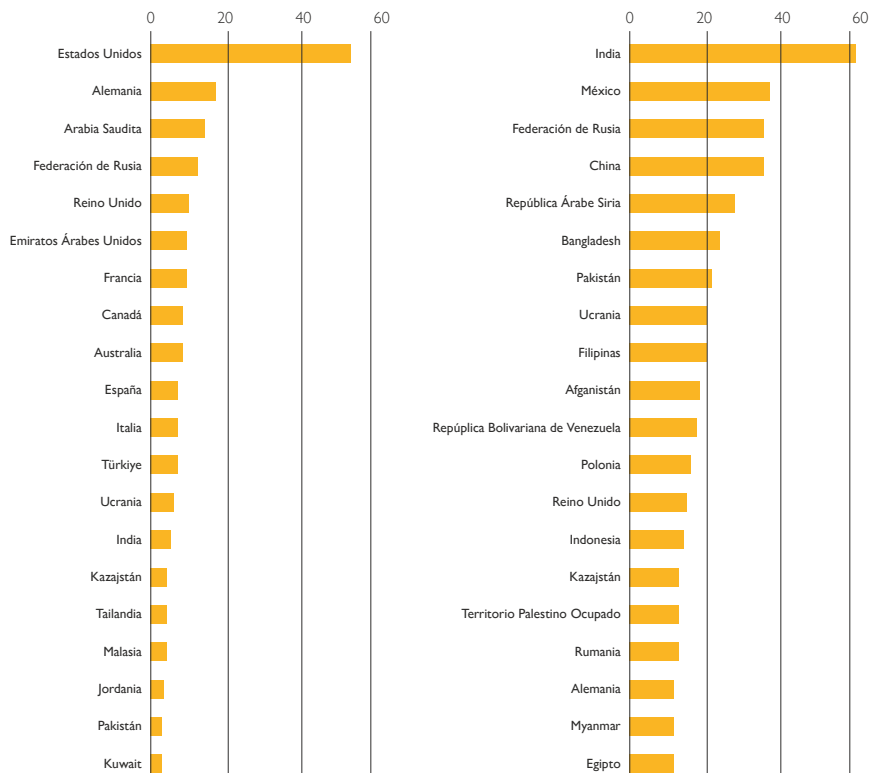
<sup>54</sup> Ibid., p. 159.

**PARTE II. Módulos formativos dinamizados.**

Comprensión de las dinámicas migratorias en el contexto de la comunicación. Datos sobre las migraciones globales.

en el extranjero), seguido de México (11 millones), la Federación de Rusia (10,8 millones), China (10 millones), la República Árabe Siria (8 millones) <sup>55, 56</sup> .

**Los 20 principales lugares de destino (izquierda) y de origen (derecha) de los migrantes internacionales en 2020 (en millones)**



Fuente: OIM, 2022d.

En el contexto de las tendencias migratorias hay una palabra que puede ayudar a entender mejor las causas y consecuencias de las migraciones en el mundo:

<sup>55</sup> OIM, 2022d, p. 91.

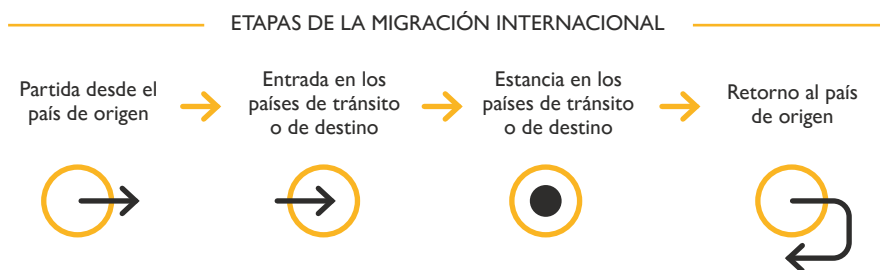
<sup>56</sup> El aumento de la migración en las últimas décadas en Europa muestra hasta qué punto las migraciones se ha convertido en una característica estructural de las sociedades y economías europeas. Este cambio ha sido impulsado por transiciones demográficas, transformaciones económicas y el consiguiente crecimiento de mercados laborales duales, que han aumentado la demanda de mano de obra migrante y el posterior reclutamiento de personas trabajadoras migrantes en los países mediterráneos. Miller, 2019.

los corredores migratorios. Estos nos muestran los flujos migratorios a nivel internacional, las interconexiones y la importancia de las migraciones en un mundo globalizado.

**Corredores:** “Los corredores migratorios indican el número de migrantes internacionales (en millones) que nacieron en el primer país mencionado y residen en el segundo. Por consiguiente, representan una acumulación de los movimientos migratorios a lo largo del tiempo y ofrecen una instantánea de la evolución de los patrones migratorios que han llevado a la existencia de grandes poblaciones de personas nacidas en el extranjero en determinados países de destino”<sup>57</sup>.

Algunos corredores migratorios plantean más retos que otros. Los viajes que las personas migrantes realizan tienen a veces desenlaces peligrosos, debido principalmente a una amplia gama de factores: sociales, políticos, económicos, ambientales y normativos. Los principales corredores en el mundo son: el corredor de México a los Estados Unidos de América, considerado el más grande del mundo, seguido de República Árabe Siria a Türkiye e India hacia los Emiratos Árabes Unidos<sup>58, 59, 60</sup>.

Finalmente, es importante tener presente las diversas etapas que pueden conformar el proyecto migratorio de una persona para enriquecer la comprensión y el análisis de la realidad migratoria, especialmente a la hora de realizar una cobertura mediática sobre las migraciones<sup>61, 62</sup>:



<sup>57</sup> OIM, 2022d, p. 27

<sup>58</sup> Ibid., p. 28.

<sup>59</sup> Estos datos corresponden a 2019, por lo que acontecimientos más recientes no se reflejan.

<sup>60</sup> OIM, 2022d, p. 28.

<sup>61</sup> Ibid., p. 169.

<sup>62</sup> Se aconseja consultar la referencia bibliográfica de este apartado para profundizar más en detalle cada uno de los aspectos que pueden integrar estas etapas.

# Dinámicas

Nº dinámica:

**07**

## Descripción de la dinámica

El alumnado pondrá a prueba sus conocimientos sobre las realidades migratorias a través de una serie de preguntas que deberá responder en clase. Se aconseja hacer uso de aplicaciones como Slido<sup>63</sup> o similar que permitan dar respuesta a tiempo real:

¿Cuál es el porcentaje total de personas migrantes internacionales en el mundo en 2020?

- **3,6% (correcta)**
- 17,4%
- 34,7%
- 61,9%

¿Cuál es el porcentaje total de personas migrantes internacionales en Europa en 2020?

- **11,6% (correcta)**
- 3,4%
- 14,5%
- 26,8%

A nivel global, en 2020, ¿había más hombres o mujeres migrantes?

- **Más hombres migrantes (correcta)**
- Más mujeres migrantes

¿Cuáles son los cuatro principales países de destino de las personas migrantes en el mundo en 2020?

- India
- España
- **Estados Unidos de América (correcta)**
- **Alemania (correcta)**
- **Reino Unido (correcta)**
- **Emiratos Árabes Unidos (correcta)**
- Francia

<sup>63</sup> Slido es una plataforma interactiva de preguntas y respuestas y de encuestas que permite a los organizadores de eventos recopilar preguntas, obtener comentarios instantáneos y compartir presentaciones con el público en reuniones y eventos a través de tecnología de encuestas y chat en vivo. Más información: [www.slido.com](http://www.slido.com).

¿Cuáles son los cuatro primeros países de origen de las personas migrantes en el mundo en 2020?

- **India (correcta)**
- **México (correcta)**
- Filipinas
- Polonia
- **Federación de Rusia (correcta)**
- **China (correcta)**
- República Árabe Siria

¿Cuál es el continente que cuenta con más población migrante en 2020?

- Asia
- América del Norte
- **Europa (correcta)**
- América Latina y el Caribe
- África
- Oceanía

¿Cuál era el principal corredor del mundo en 2020?

- **El corredor de México a los Estados Unidos de América (correcta)**
- El corredor de la Federación de Rusia a Ucrania
- El corredor de Ucrania a la Federación de Rusia
- El corredor de la República Árabe Siria a Türkiye
- El corredor de India a los Emiratos Árabes Unidos

Finalizados los sondeos, se aconseja analizar las respuestas entre el alumnado, con el objetivo de evaluar los conocimientos de partida de la clase.

### Objetivos

- ✓ Introducción a las principales estadísticas globales y regionales sobre las migraciones.
- ✓ Evaluar las percepciones sociales sobre las personas migrantes del alumnado.

### Requisitos

- ✓ Slido o aplicación similar
- ✓ Teléfono móvil o portátil con acceso a Internet
- ✓ Adicionalmente proyector y pantalla.

Ficha adicional: No

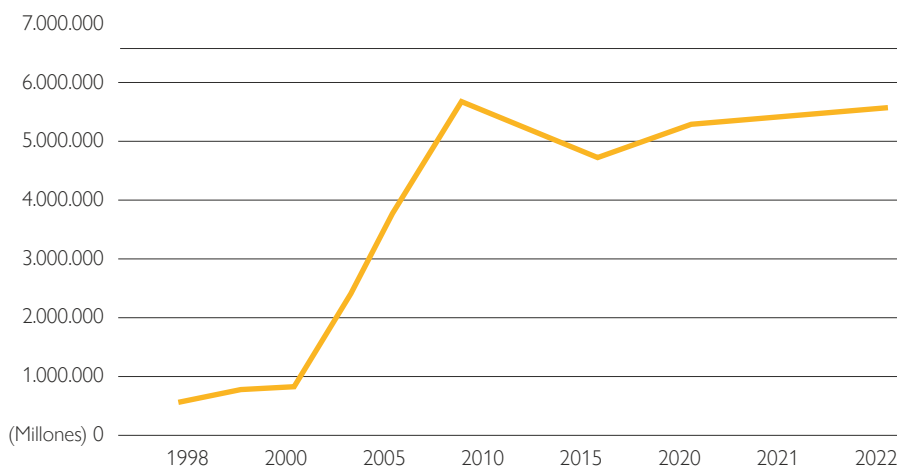
# Migraciones en España

## Población migrante en España

Las cifras más recientes (enero de 2022) indican que en España hay un total de 5.542.932 personas migrantes, estas cifras representan un 11,7% de la población total. Del total, 2.778.214 millones (50,1%) corresponden a hombres migrantes, frente al 2.764.718 (49,9%) de mujeres migrantes, no existiendo apenas diferencia porcentual entre sexos<sup>64</sup>.

Como muestra el siguiente gráfico, España se convirtió en país de destino para muchas personas migrantes a finales del siglo pasado, intensificándose a comienzos de siglo. De esta forma, el país pasó de 923.879 personas migrantes en 2000, lo que representaba el 2,2% de su población total, a 5.542.932 en 2022, representando el 11,7%, un porcentaje muy similar a la media de la población migrante en Europa.

### Nº personas migrantes internacionales en España, 1990-2022



Fuente: INE, 2022.

Tal y como muestra el gráfico anterior, durante estos años se han registrado oscilaciones puntuales en cuanto al censo de la población migrante, lo que se conoce como “saldo migratorio”<sup>65</sup>:

<sup>64</sup> INE, 2022.

<sup>65</sup> Ibid.



**Saldo migratorio:** es el balance que existe entre la inmigración y la emigración en un determinado lugar y en un determinado periodo de tiempo.

**Saldo migratorio positivo:** la población aumenta y hay más inmigrantes que emigrantes.

**Saldo migratorio negativo:** la población disminuye, hay más emigrantes que inmigrantes.

Según los datos publicados sobre la evolución de las migraciones en el país, varios hechos señalan esta tendencia creciente: la recesión económica de 2007-2008 y la crisis sanitaria provocada por la pandemia del COVID-19<sup>66</sup>. Si atendemos a datos del siglo pasado, España también llegó a experimentar otros descensos, entre 1960 y 1975. Esto fue debido principalmente a la progresiva apertura al exterior del país, sumado a la modernización y desarrollo económico que algunos países europeos experimentaron, lo que ofrecía mayores expectativas de desarrollo a la población española que decidió migrar<sup>67</sup>.

### Principales nacionalidades en España

Quince (15) nacionalidades concentran casi el 75% del total de residentes extranjeros en España<sup>68</sup>. Ocho de ellas corresponden a países del Espacio Económico Europeo (EEE), entre los que destacan Rumania, el Reino Unido e Italia. Entre los colectivos más numerosos de países no comunitarios se encuentran los nacionales de Marruecos, Colombia, Honduras, Perú y Ecuador<sup>69</sup>.

|   | Países      | Censo   | Países                   | Censo   |
|---|-------------|---------|--------------------------|---------|
| Resultados del censo por nacionalidades en 2022 en España | Marruecos   | 883.243 | China                    | 223.999 |
|   | Rumania     | 627.478 | República Bolivariana de |         |
|   | Colombia    | 314.679 | Venezuela                | 212.064 |
|   | Reino Unido | 293.171 | Honduras                 | 134.125 |
|   | Italia      | 275.654 | Perú                     | 120.255 |
|   |             |         | Ecuador                  | 119.885 |

<sup>66</sup> INE, 2022.

<sup>67</sup> Alcalde Inchausti, 2007, p. 29.

<sup>68</sup> Denominación estadística realizada por el INE para referirse a las personas migrantes dentro de las encuestas. La institución define por "extranjero" lo siguiente: "Persona que nació fuera del país de residencia habitual actual, independientemente de la ciudadanía de la persona".

<sup>69</sup> INE, 2022.

## Nacionales que migran

En España, al 1 de enero de 2023, había 2.790.317 españoles viviendo fuera del país. Si comparamos estas cifras con el total de la población en esta misma fecha, las personas españolas migrantes representarían un 5,8% de la población, según los datos del Padrón de Españoles Residentes en el Extranjero (PERE). Apenas hay diferencia en cuanto a sexo, representando los hombres un 50,4% del total de la población española viviendo fuera, frente al 49,5% de mujeres. El 58,7% de esta población reside en América, seguido por un 37,7% que lo hacen en Europa, y muy distanciados el resto que reside en Asia, África y Oceanía, con un 1,5%, 1% y 0,9% respectivamente<sup>70</sup>.

## Vías de acceso a España

La entrada a España de personas migrantes a través de canales irregulares es un hecho que con frecuencia protagoniza informativos o portadas de periódicos. En este sentido, es fundamental definir algunos de estos conceptos:

**Entrada:** En el contexto de las migraciones, “todo cruce de una frontera internacional por un extranjero para ingresar en un país ya sea voluntario o involuntario, autorizado o no autorizado”<sup>71</sup>.

- **Entrada regular:** En el contexto de las migraciones, “entrada de una persona en un país del que no tiene la nacionalidad, con arreglo a los requisitos legales del país”<sup>72</sup>. También conocida como “entrada legal” o “admisión legal”<sup>73</sup>.
- **Entrada irregular:** “Cruce de fronteras en incumplimiento de los requisitos legales y administrativos necesarios para entrar en el país”<sup>74</sup>. También conocida como “entrada no autorizada” o “entrada no regular”.
- **Regularización:** Cualquier proceso o programa por el que las autoridades de un Estado autorizan a una persona extranjera en situación administrativa irregular a permanecer legalmente en el país, concediéndole la condición de migrante regular<sup>75</sup>.
- **Estancia irregular:** “Presencia en el territorio de un Estado de un extranjero que no cumple o ha dejado de cumplir las condiciones de entrada, estancia o residencia establecidas en ese Estado”<sup>76</sup>. También conocida como “estancia clandestina” o “estancia ilegal”.

<sup>70</sup> INE, 2022.

<sup>71</sup> OIM, 2020b, p. 76.

<sup>72</sup> Ibid.

<sup>73</sup> En los medios de comunicación es más frecuente el empleo del término “entrada regular”, ante el uso del concepto “entrada legal”. Prestar especial cuidado al empleo de ambos términos, para evitar confusiones con el término no recomendado para su uso “persona migrante ilegal”.

<sup>74</sup> OIM, 2020b, p. 76.

<sup>75</sup> Ibid., p. 197.

<sup>76</sup> Ibid., p. 79.

Las vías de acceso de un país pueden ser aérea, terrestre y marítima. En el caso de España, se estima que la principal vía de acceso es la aérea. Tan solo en el año 2022, Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (Aena) registró más de 160 millones de pasajeros internacionales en el total de aeropuertos del país<sup>77</sup>. Las llegadas a España por puestos fronterizos no autorizados (marítimos y terrestres) representaron en ese mismo año 31.219 personas<sup>78</sup>.

### **Personas migrantes fallecidas o desaparecidas**

La Organización Internacional para las Migraciones comenzó en 2014 a documentar las personas migrantes que habían fallecido en el proceso migratorio a través de rutas irregulares hacia un destino internacional a través del proyecto “Missing Migrants”. Desde entonces, la OIM ha documentado las muertes de más de 59.000 personas, siendo el Mediterráneo la zona que registra más muertes o personas desaparecidas con 28.133, desde 2014<sup>79</sup>.

Estas cifras deben considerarse una estimación mínima del verdadero número de vidas perdidas, pues se presuponen superiores a las indicadas, pese a que no se tienen registros fehacientes para poderlos contabilizar. Las principales causas de las muertes son por ahogamiento, accidente en vehículos o muertes vinculadas a transporte peligroso, además de las condiciones ambientales extremas, falta de albergue, comida y/o agua, u otras causas desconocidas.

### **Las rutas del Mediterráneo**

Las migraciones tienen una larga historia contada desde el Mediterráneo. La movilidad humana en todas las direcciones por esta zona del globo viene ocurriendo durante miles de años. El mapa del Mediterráneo se puede encontrar dividido en tres principales rutas irregulares: central, oriental y occidental<sup>80</sup>:



77 AENA, 2022.

78 Ministerio del Interior, 2022.

79 OIM, s.f.c.

80 Ibid.

**Mediterráneo Central:** La ruta del Mediterráneo Central es el cruce de ultramar desde el Norte de África hacia Italia y en menor medida, Malta. El objetivo principal de las personas que migran mediante esta ruta es llegar a las costas de Italia. Las personas que migran por esta ruta parten desde una variedad de países del Norte de África que bordean el Mar Mediterráneo como puede ser el caso de Libia, Túnez, Egipto y Argelia.

**Mediterráneo Oriental:** La ruta Oriental del Mediterráneo describe principalmente las personas que migran desde Türkiye a Grecia y, en menor medida, Chipre y Bulgaria, así como aquellas que migran por vía terrestre a través de la frontera entre Grecia y Türkiye hacia/a través de los Balcanes (Albania, Bosnia y Herzegovina, Bulgaria, Grecia, Macedonia del Norte, Montenegro y Serbia). La ruta es principalmente usada por personas de Asia Occidental y Meridional, que escapan de conflictos y de la inestabilidad, sobre todo sirios, iraquíes y afganos.

**Mediterráneo Occidental:** El Mediterráneo Occidental ha sido un punto de cruce entre el Norte de África y España por miles de años. Este cruce incluye a varias subrutas, entre ellas los viajes marítimos desde Marruecos y la costa occidental de Argelia a través del Estrecho de Gibraltar y el Mar de Alborán, como así también la ruta terrestre hacia Ceuta y Melilla. Hay que tener en cuenta que la distancia entre España y Marruecos es de apenas 14.4 km desde el punto más cercano.

Especial mención requiere igualmente otra de las rutas que, con frecuencia, ocupa protagonismo en los medios: **la ruta del atlántico**. Para ello, es necesario hacer mención a las principales rutas presentes en África: la ruta de África Norte, África Oriental, África Central y Meridional y África Occidental. Es en esta última donde se menciona la ruta atlántica. “Las personas migrantes usan la ruta del Atlántico dirección a las Islas Canarias desde la costa de África Occidental y el sur de Marruecos a través de un tramo del Océano Atlántico para llegar a las Islas Canarias en España”<sup>81</sup>.

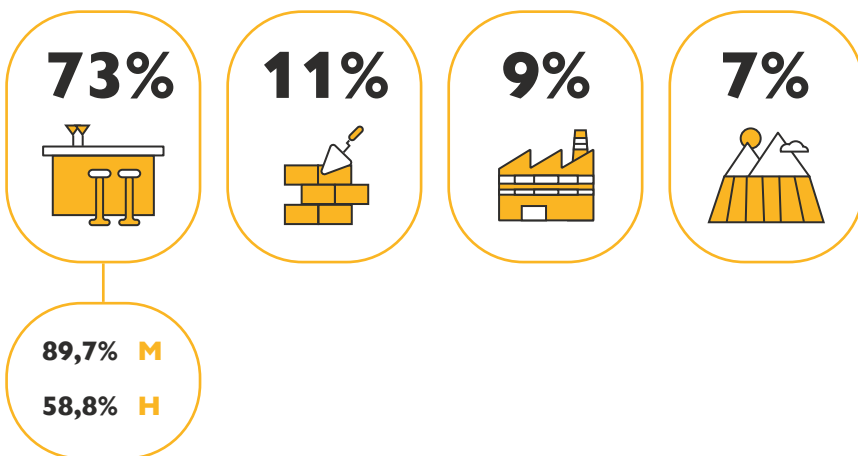


© OIM 2019 / Muse MOHAMMED

<sup>81</sup> OIM, s.f.c.

## Mercado laboral

Teniendo en cuenta los datos ofrecidos por la Encuesta de Población Activa del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) sobre el mercado laboral en España, y en concreto, sobre la población extranjera ocupada, el 73% de las personas trabajadoras migrantes lo hacían en el sector servicios en 2022. Muy inferior es la ocupación en el resto de los sectores: la construcción (11%), la industria (9%) y la agricultura (7%)<sup>82</sup>. Analizando los datos por sexo, destaca una diferencia sustancial en el sector de servicios, donde el 89,7% de las mujeres migrantes están ocupadas en este sector, frente al 58,8% de los hombres:



<sup>82</sup> INE, 2022.

# Dinámicas

Nº dinámica:

**08**

## Descripción de la dinámica

El alumnado pondrá a prueba sus conocimientos sobre las realidades migratorias de España a través de una serie de preguntas que deberá responder en clase. Se aconseja hacer uso de aplicaciones como Slido o similar que permita dar respuesta a tiempo real:

¿Cuál es el porcentaje total de personas migrantes internacionales en España en 2020?

- **11,4% (correcta)**
- 16,3%
- 21,7%
- 32,1%

¿En qué continente hay más población española migrante?

- Europa
- Asia
- Oceanía
- **América (correcta)**
- África

¿Cuál es la principal vía de acceso de las personas migrantes a España?

- Mar
- Terrestre
- **Aérea (correcta)**

¿Cuál es el sector en España que cuenta con más trabajadores migrantes en 2020?

- Industria
- Construcción
- **Servicios (correcta)**
- Agricultura

¿Cuál es el porcentaje de ocupación de las mujeres migrantes en el sector servicios en España en 2020?

- **89% (correcta)**
- 65%
- 45%
- 15%

### **Objetivos**

- ✓ Introducción a las principales nacionales sobre las migraciones.
- ✓ Evaluar las percepciones sociales sobre las realidades migratorias del alumnado.

### **Requisitos**

- ✓ Slido o aplicación similar
- ✓ Teléfono móvil o portátil con acceso a Internet
- ✓ Adicionalmente proyector y pantalla.

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

**09**

## Descripción de la dinámica

Se proponen dos productos de comunicación por cada grupo que se conforme. A partir de estos, se solicitará al alumnado que identifique tres fuentes de información por cada uno, consultar ficha adicional.

Una vez identificadas las fuentes, se invitará a los grupos a compartirlas con el resto de la clase. A través de la dinámica, se podrá analizar en la variedad de fuentes de información existentes para abordar las realidades migratorias en función de diversos productos comunicativos.

## Objetivos

- ☑ Detectar las principales fuentes de información sobre las realidades migratorias en España.
- ☑ Profundizar en la idoneidad de las fuentes en función del contexto y el producto comunicativo.

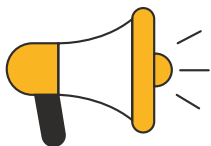
## Requisitos

- ☑ Pizarra o papelógrafo.

Ficha adicional: Sí



## FICHA



### Spot publicitario

**Temática:** Vídeo campaña de sensibilización sobre personas migrantes desaparecidas.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



### Reel

**Temática:** Españoles que migran.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



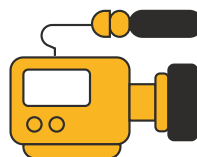
### Videojuego

**Temática:** Los Sims en la España actual.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



### Reportaje

**Temática:** Escritores migrantes Bestsellers residentes en España.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



### Noticia

**Temática:** Últimos datos de la "Encuesta de población activa".

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



### Cartel

**Temática:** Día Internacional de la Mujer.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

# Dinámicas

Nº dinámica:

**10**

## Descripción de la dinámica

Se propone al alumnado que analice un producto de comunicación. Para ello, se podrán conformar grupos que analicen una propuesta ficticia relacionada con las realidades migratorias y detectar posibles errores, así como aspectos de mejora, consultar ficha adicional.

Una vez estudiadas las propuestas, cada grupo deberá compartir sus conclusiones con el resto de la clase.

## Objetivos

- ✓ Introducir las dinámicas migratorias.
- ✓ Fomentar una mirada crítica e intercultural en los productos comunicativos que versan sobre migraciones.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la construcción de contenidos éticos sobre migraciones.

## Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: Sí

## FICHA



### Grupo 1. **Noticia**

#### **El 72% de la población migrante en España trabaja en el sector servicios**

El periódico para el que trabajáis os ha solicitado redactar una noticia centrada en el papel que juegan las personas migrantes en el mercado laboral español. Para este cometido, desde la dirección se ha realizado una serie de indicaciones que podrían condicionar la noticia. Estas indicaciones son las siguientes: indicar el porcentaje de ocupación por sectores de la población migrante; no realizar distinción de género, no se considera relevante; basarse exclusivamente en datos; se obvia la posibilidad de entrevistar a un experto/a en la materia.



### Grupo 2. **Reportaje**

#### **La población migrante, esencial para la estabilidad económica del país**

La dirección de la radio autonómica para la que trabajáis decide realizar un breve reportaje de tres minutos sobre las contribuciones de la población migrante en España, de cara al 18 de diciembre, Día Internacional del Migrante. Para ello, os solicita que se realice un breve estudio (por Internet) centrado en la actividad laboral de la población migrante en el país. Algunas de las indicaciones que se dan para la realización de este reportaje son las siguientes: centrarse en datos económicos; describir el papel de las personas migrantes en el mercado laboral; buscar principales datos por internet.



### Grupo 3. **Spot**

#### **Vivir en Australia, el sueño de cualquier español**

Una agencia de publicidad ha sido contratada por una nueva aerolínea para llevar a cabo su primera campaña publicitaria. Esta campaña estará centrada en fomentar la venta de billetes para españoles que deseen migrar a otros países. El director de esta agencia ha decidido el rumbo de esta campaña. Estas son sus indicaciones: Las personas nacionales desean vivir en Australia porque les resulta un lugar exótico; además, es uno de los países más visitados por los/as españoles/as; hay un gran nicho de mercado aquí; las personas españolas se sentirían identificadas con la campaña, porque visibilizan sus sueños de migrar a Australia; el resto de los continentes y países no se contempla, ya que no se considera que exista un nicho de mercado reseñable.



### Grupo 4. **Videojuego**

#### **Lara Toff y los mundos ocultos**

Una desarrolladora de videojuegos está inmersa en lo que será su primer guion. Está actualmente perfilando las líneas argumentales de este, de cara a preparar una presentación del videojuego para obtener financiación por parte de alguna compañía internacional. La idea central de la desarrolladora es contar la realidad de las personas migrantes a través de las aventuras de la joven Lara Toff, una estudiante de último año de carrera de Arqueología. Los puntos principales sobre los que se basa este videojuego y sobre los que espera además sensibilizar a los jugadores son: Lara Toff, como ejemplo de mujer migrante; Toff migra por causas económicas, en busca de ofertas de empleo que le permita contar con una vida estable; la aventurera arqueóloga realizará un largo viaje desde los Estados Unidos hacia México, donde cogerá un barco que le llevará a España.



### Grupo 5. **Cartel**

#### **Festejando la diversidad**

La concejalía de festejos de vuestro ayuntamiento quiere elaborar un cartel para celebrar la semana de la diversidad. Para ello ha pedido a la persona encargada del área de comunicación del consistorio que cree un cartel donde se visibilice la diversidad del pueblo. De esta forma, la concejalía de festejos ha solicitado que aparezca en el cartel: Un hombre de 40 años aproximadamente, de gran estatura (1,90 cm); un hombre joven de 27 años, de estatura media (1,70 cm); una mujer de 80 años con movilidad reducida (en sillas de ruedas); una mujer de 35 años, de gran estatura (1,95 cm); una joven de 12 años, delgada y de estatura media (1,50 cm).

# Las contribuciones de las personas migrantes

Pese a que las personas migrantes son una fuente de dinamismo, la constante polarización en los debates sobre ellas no ha favorecido la visibilización de investigaciones y análisis equilibrados, rigurosos y basados en datos, sobre los aportes que realizan las personas migrantes en la comunidad. Estas contribuciones pueden manifestarse a diferentes niveles, ya sean transnacional, nacional o local, y darse en diferentes áreas de la sociedad, encontrando así aportes socioculturales, cívico-políticos o económicos<sup>83</sup>.

En los últimos años, muchos han sido los gobiernos que a nivel mundial han reconocido la importancia que tiene el envío de dinero de las personas migrantes a sus países de origen a través de remesas (que suele ser pagos de cantidades pequeñas de dinero, de persona a persona). Esto ha sido, sin duda, una de las contribuciones más visibles y dominantes sobre los aportes de las personas migrantes a la sociedad, mientras que otras contribuciones apenas han sido visibilizadas, en parte por falta de datos e información. Pese a ello, los medios de comunicación se convierten en aliados claves para analizar y poner en valor todas las otras contribuciones de las personas migrantes como las transferencias de conocimientos, nuevas recetas y productos, creación de iniciativas empresariales, participación en la esfera pública y política, etc.

## Contribuciones socioculturales<sup>84</sup>

Las contribuciones socioculturales de las personas migrantes forman parte de nuestra vida cotidiana, aunque pasen desapercibidas. Actividades tan simples como la compra de productos alimenticios, la visita a un lugar de culto o el disfrute de una serie de televisión, pueden encerrar sinergias construidas en base a la participación de personas migrantes.



**Alimentación:** Intercambio de recetas e ingredientes; puesta en común de prácticas y herramientas; difusión de tradiciones alimentarias y culinarias; creación de enclaves interculturales en base a la gastronomía, etc.



**Medios de comunicación y entretenimiento:** Creación de contenidos en series y películas, cada vez más extendido gracias a las plataformas digitales. Incorporación de nuevos y diversos profesionales a la industria de la comunicación y el entretenimiento (periodistas, productores, guionistas, etc.). Libros, exposiciones, arte plástico, y otras manifestaciones culturales expresadas por personas migrantes.

<sup>83</sup> OIM, 2020d, p. 173.

<sup>84</sup> Ibid., p. 177.



**Deportes:** Incorporación a clubes deportivos de perfiles profesionales migrantes (futbolistas, ajedrecistas, nutricionistas, representantes, etc.).



**Remesas sociales:** Transferencias de ideas lo que supone un capital social compartido entre las personas migrantes con sus comunidades de origen.



**Redes de apoyo:** Construcción de relaciones que integran a una persona en su entorno social, con personas con las que establecen vínculos solidarios y de comunicación para resolver necesidades específicas.



**Educación:** Tales como transferencia de competencias e intercambio de buenas prácticas, sinergias de iniciativas educativas, estudios académicos, etc.

### **Contribuciones cívico-políticas<sup>85</sup>**

Las contribuciones cívico-políticas que las personas migrantes hacen en la sociedad de acogida van desde el voto, hasta la participación en diversas organizaciones e instituciones o el voluntariado.



**Cargos públicos:** Pueden asumir responsabilidades dentro de una administración pública a diversos niveles, desde el internacional al local.



**Partidos y organizaciones:** Afiliación a partidos políticos u organizaciones sindicales. Además de formar parte del equipo, pueden asumir un rol activo en las acciones que desempeñan estos entes en la sociedad, también para sus países de origen.



**Voto:** En algunos casos, en función de la política migratoria de cada país, tienen derecho a voto.



**Voluntariado:** Contribuir a la acción comunitaria a través del voluntariado en entidades sociales.



**Organizaciones de la Sociedad Civil:** Las personas migrantes pueden resultar clave en la creación de entidades sociales y participación en la diáspora. Pueden formar parte de la plantilla del personal contratado, realizar colaboraciones o asesoría dentro del marco de acción de las propias organizaciones.

<sup>85</sup> OIM, 2020d, p. 182.

## Contribuciones económicas<sup>86</sup>

Las contribuciones económicas permiten visibilizar las destacadas contribuciones que realizan las personas migrantes en la economía de los países, y en especial, en algunos de sus sectores productivos. Desde el envío de remesas, hasta el pago de impuestos o la creación de empresas, son algunos de los ejemplos.



**Envío de remesas:** Transferencias económicas a sus países de origen, para apoyar familias y su entorno, así como para contribuir al desarrollo de la actividad económica, entre otros.



**Mano de obra:** Contratación de personas trabajadoras migrantes en sectores donde resultan clave como servicios, industria o construcción, aunque también en sectores donde se requieren perfiles altamente cualificados como tecnologías.



**Contribuciones indirectas:** Aumento de la reserva del capital humano a través de los estudiantes migrantes; personas migrantes emprendedoras o inversionistas; como consumidores, ahorradores, o contribuyentes fiscales (IVA, IRPF, etc.).



**Creación de empresas:** Trabajadores migrantes que desarrollan sus propias iniciativas empresariales y contratan tanto a personas trabajadoras nacionales como personas migrantes.



© OIM 2023 / Kristóf HÖLVÉNYI



© OIM 2016 / Muse MOHAMMED

<sup>86</sup> OIM, 2020d, p. 185.

# Dinámicas

Nº dinámica:

# 11

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá elaborar un mapa conceptual sobre las aportaciones de las personas migrantes a la sociedad. La idea de partida, a modo de lluvia de ideas, es que puedan reflejar el máximo de contribuciones posibles de forma colectiva. Como punto de partida, se les solicitará que detecte un mínimo de 20 ideas. La identificación de las ideas deberá ser completamente libre y quedar reflejadas en una pizarra o mural colaborativo, por ejemplo.

Una vez volcada todas las ideas en el mapa conceptual, y con el objetivo de profundizar en las contribuciones de las personas migrantes, se les pedirá que clasifiquen los aportes en una serie de categorías. Aquí se comparten una propuesta de categorías:

- Contribuciones a los sectores productivos
- Contribuciones invisibles ante la sociedad
- Contribuciones que vinculan a los países de origen y de destino
- Contribuciones que puedan estar de actualidad

Finalizado la construcción del mapa conceptual, se propone promover un debate que dé respuesta a algunas de las siguientes preguntas: ¿Se ha tenido presente la perspectiva de género? ¿De qué forma las mujeres migrantes contribuyen en la sociedad? ¿Ha descubierto aportaciones que desconocían? ¿Cuáles? ¿Cree que poseer esta información es útil de cara a reducir los discursos de odio? ¿Por qué? Tras este análisis ¿Tendría alguna propuesta de reportaje sobre los aportes de las personas migrantes en su entorno más cercano?

## Objetivos

- ✓ Analizar las contribuciones que las personas migrantes hacen en las sociedades.
- ✓ Visibilizar las esferas, tanto públicas como privadas, donde las personas migrantes están representadas.
- ✓ Construir un diálogo crítico sobre la visibilización de las contribuciones de las personas migrantes en la sociedad y como se abordan el enfoque de género.

## Requisitos

- ✓ Papelógrafo
- ✓ Post-it
- ✓ Rotuladores.

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

# 12

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá esbozar una propuesta de campaña de sensibilización en Educación al Desarrollo que ponga en valor las contribuciones de las poblaciones migrantes. Para ello, podrá guiarse del briefing que se propone en la ficha adicional.

Una vez desarrollada la propuesta, se invitará al propio alumnado a realizar una breve presentación de las principales ideas recogidas en sus briefings. El profesorado fomentará el intercambio de ideas y propuestas de mejoras.

## Objetivos

- ✓ Identificar las contribuciones de las personas migrantes en la sociedad
- ✓ Analizar la visibilidad de las contribuciones de las personas migrantes en los medios
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la creación de iniciativas en Educación al Desarrollo.

## Requisitos

- ✓ N/A



Dinámica 12

**FICHA**

**Objetivo/s**

Necesidades a cubrir

**Público  
Objetivo**

Grupos destinatarios

**Temporalidad**

Duración de  
la campaña

**Acciones**

Ideas creativas

**Mensaje clave**

**Evaluación**

Indicadores para  
evaluar el éxito  
de la campaña

**Otros  
elementos a  
destacar**

Este briefing pretende ser una propuesta, pudiéndose adaptar a los criterios del propio profesorado y su asignatura. Algunos de los elementos estudiados en la publicación de la OIM "Guía práctica para campañas de comunicación pública de la OIM" (2020f). No pretende en ningún caso ser sustitutivo de la citada guía.

## Dinámicas

Nº dinámica:

**13**

Ficha adicional: Sí

### Descripción de la dinámica

El alumnado deberá introducir una visión migratoria e intercultural en una serie de propuestas comunicativas que se plantean, para ello deberán hacer uso de la ficha adicional. Una vez concluida la dinámica, se invitará al alumnado a exponer sus respectivas incorporaciones de la visión migratoria e intercultural a las propuestas comunicativas abordadas.

### Objetivos

- ✓ Visibilizar los roles de las personas migrantes y sus contribuciones en la sociedad.
- ✓ Fomentar una mirada intercultural en los trabajos de comunicación.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: Sí

Dinámica 13

**FICHA**



**Reportaje**

Se debe realizar un reportaje sobre el perfil de personas representantes de instituciones públicas y privadas de un país.



**Spot publicitario**

Se debe esbozar una idea de anuncio para fomentar la descarga de una aplicación móvil para estudiantes que les facilite el control de sus ingresos.



**Cartel**

Se debe diseñar un cartel para un festival internacional de música en un municipio.



**Guion videojuego**

Se debe diseñar los nuevos avatares de protagonistas para un exitoso videojuego centrado en la captura de animales fantásticos.



**Obra de teatro**

Se debe desarrollar la idea de un guion para una obra de teatro centrada en el encuentro en una estación de tren de tres mujeres desconocidas.



**Programa TV**

Se debe identificar seis personas tertulianas para debatir en un debate de TV sobre la importancia que adquieren determinados perfiles profesionales cualificados en el mercado laboral.



## MÓDULO II

# EL USO DE LA TERMINOLOGÍA MIGRATORIA

Principales términos relativos a las migraciones



# Principales términos relativos a las migraciones

## La importancia de un buen uso de la terminología

Las palabras y los enfoques pueden tener un impacto directo en la vida de las personas migrantes, condicionando su inclusión social y socavando la convivencia. Los profesionales de la comunicación juegan aquí un papel crucial, deben estar conectados con la realidad migratoria y hacer uso de los términos adecuados siendo consciente de la responsabilidad social que tienen.

“Migrante ilegal”, “peligro negro”, “oleada”, “avalancha”, “neutralizar”, son algunos de los términos que han caracterizado parte de la información sobre migraciones en los medios en los últimos años. Estos y otros términos sobre las personas migrantes alimentan los enfoques basados en estereotipos, desinformación, criminalización, otredad, deshumanización, odio, discriminación... Afortunadamente, y cada vez con mayor frecuencia, los profesionales de la comunicación apuestan por enfoques más respetuosos e inclusivos a la hora de abordar la realidad migratoria, apartando de su glosario algunos de estos términos mencionados<sup>87</sup>.

En el contexto de las migraciones, se debe ser consciente de que cada palabra encierra una realidad concreta. Existe una amplia variedad de términos a la hora de abordar las dinámicas migratorias, y los profesionales de la comunicación pueden nutrirse de ellos para informar. Esto les permitirá contar con enfoques más honestos y precisos sobre las realidades migratorias. De esta forma, informar sobre las personas migrantes trabajadoras será diferente a informar sobre las personas que migran por motivos medioambientales; si bien ambos términos pueden estar conectados por cuestiones transversales, encierran realidades concretas, y sin olvidar que las causas que originan las migraciones suelen ser multifactoriales. Igualmente, no deben olvidar que cuando se está informando sobre “migrantes” se está informando sobre la vida de personas, con independencia de su condición, por lo que apostar por el término “personas migrantes” ayudará a humanizar la cuestión.

Por último, no hay que olvidar que las migraciones comparten con el lenguaje el carácter diverso y flexible, construido por factores sociales, históricos, políticos, etc. Los profesionales de la comunicación deben ser conscientes de este hecho y permanecer abiertos al debate constante que sobre el uso de la terminología migratoria existe.

<sup>87</sup> OIM, 2019, p. 76.

## Principales términos sobre migraciones<sup>88</sup>

A continuación, se exponen los principales términos relacionados con la realidad migratoria que facilitan la profundización sobre la cuestión. Todas las definiciones mencionadas han sido extraídas del Glosario de la OIM sobre Migración (2020):

**Residencia:** “Acto o hecho de vivir en un lugar determinado por un tiempo; lugar en el que una persona radica efectivamente, por oposición al domicilio”<sup>89</sup>. Por lo general, el término “residencia” remite a la presencia física de una persona como habitante de un lugar determinado.

**Migrante indocumentado:** “Persona extranjera que entra o permanece en un país sin la documentación adecuada”<sup>90</sup>.

Existen dos tipos de situaciones en las que cabe hablar de migrantes indocumentados. En el primero, las personas migrantes cuentan con los documentos necesarios para demostrar su identidad, pero carecen de documentos que demuestren su derecho a entrar y permanecer en el país, o llevan documentos fraudulentos o caducados. En este caso se recomienda el uso del término “persona migrante en situación administrativa irregular o no regular”. En el segundo tipo de situación, las personas migrantes no poseen documento alguno que sirva como prueba de su identidad o demuestre su derecho a entrar y permanecer en el país. En este último caso, se recomienda el término “persona migrante indocumentada”.

Las personas migrantes que no cuentan con documentación, o con la documentación requerida, pueden enfrentar más dificultades para acceder a determinados servicios, obtener permisos de residencia o de trabajo, así como retornar a sus países de origen, en función del Estado en el que se encuentre.

Con frecuencia, es común encontrar el empleo del término “**migrante ilegal**”<sup>91</sup> como sinónimo de “persona migrante indocumentada”. Estar en situación administrativa irregular no es un delito, y ser una persona migrante en situación administrativa irregular no hace que las personas migrantes sean criminales, el término “migrante ilegal” debe ser eliminado y sustituido por los términos empleados en el derecho internacional. En este

<sup>88</sup> El siguiente apartado presenta una propuesta de términos, no ordenados alfabéticamente, que puedan favorecer una mayor comprensión de las dinámicas migratorias.

<sup>89</sup> OIM, 2020b, p. 202.

<sup>90</sup> Ibid., p. 135.

<sup>91</sup> OIM, 2019, p. 87-90.

sentido, la comunidad internacional fomenta el uso de los términos “persona migrante indocumentada” o “en situación administrativa irregular o regular” como alternativa al término “ilegal”.

**Menores migrantes no acompañados o separados:** De acuerdo con la definición del artículo 1 de la Convención sobre los Derechos del Niño, “menores que están separados de ambos padres y otros parientes y no están al cuidado de un adulto al que, por ley o costumbre, incumbe esa responsabilidad”<sup>92</sup>. Es aconsejable evitar el empleo del acrónimo “MENA”<sup>93</sup> debido a la deshumanización que genera el término, desapareciendo la mención a la palabra “menor” y reduciendo su situación de vulnerabilidad a un acrónimo. Otros términos empleados son: “Menores no acompañados o separados”, “infancia migrante en movimiento” o “menores en movimiento”.

**Frontera internacional:** “Límites de separación definidos políticamente respecto de zonas territoriales o marítimas entre distintas entidades políticas y las zonas donde las entidades políticas ejerzan medidas de gobernanza de fronteras en su territorio o fuera del mismo. Tales zonas comprenden los pasos fronterizos (a saber, aeropuertos, pasos fronterizos terrestres y puertos) y las zonas de inmigración y de tránsito, las llamadas “tierras de nadie” entre los pasos fronterizos de los países limítrofes, así como las embajadas y los consulados (en lo que concierne a la concesión de visados)”<sup>94</sup>.

**Reasentamiento:** “Traslado de personas refugiadas del país en el cual han solicitado protección a otro Estado, que a su vez ha aceptado admitirlas como refugiadas y concederles la residencia permanente”<sup>95</sup>.

**Persona desplazada:** “Personas o grupos de personas que se han visto forzadas u obligadas a escapar o huir de su hogar o de su lugar de residencia habitual, en particular como resultado de los efectos de un conflicto armado, de situaciones de violencia generalizada, de violaciones de los Derechos Humanos o de catástrofes naturales o provocadas por el ser humano, o bien para evitar dichos efectos”<sup>96</sup>.

**Personas desplazadas internas:** “Personas o grupos de personas que se han visto forzadas u obligadas a escapar o huir de su hogar o de su lugar de residencia habitual, en particular como resultado de los efectos de un conflicto armado, de situaciones de violencia generalizada, de violaciones de los derechos humanos o de catástrofes naturales o provocadas por el ser humano, o bien para evitar dichos efectos, y que no han cruzado una frontera estatal internacionalmente reconocida”<sup>97</sup>.

<sup>92</sup> OIM, 2019, p. 123.

<sup>93</sup> Menores extranjeros no acompañados.

<sup>94</sup> Ibid., p. 94.

<sup>95</sup> Ibid., p. 189.

<sup>96</sup> OIM, 2020b, p. 60.

<sup>97</sup> Ibid.





© OIM 2023 / Alejandro ROJAS

**Persona refugiada (convención de 1951):** “Persona que, debido a fundados temores de ser perseguida por motivos de raza, religión, nacionalidad, pertenencia a un determinado grupo social u opiniones políticas, se encuentra fuera del país de su nacionalidad y no puede o, a causa de dichos temores, no quiere acogerse a la protección de tal país; o que, careciendo de nacionalidad y hallándose, a consecuencia de tales acontecimientos, fuera del país donde antes tuviera su residencia habitual, no puede o, a causa de dichos temores, no quiere regresar a él”<sup>98</sup>.

**Persona solicitante de asilo:** “Persona que busca protección internacional. En países con procedimientos individualizados, un solicitante de asilo es una persona cuya solicitud aún no ha sido objeto de una decisión firme por el país donde ha sido presentada. No todos los solicitantes de asilo son reconocidos como refugiados, pero todos los refugiados en estos países son inicialmente solicitantes de asilo”<sup>99</sup>.

**Migrantes por motivos medioambientales:** “Persona que, debido principalmente a cambios repentinos o graduales en el medio ambiente que inciden negativamente en su vida o en sus condiciones de vida, se ve obligada a abandonar su lugar de residencia habitual, o decide hacerlo, con carácter temporal o permanente, y se desplaza a otras partes de su país de origen o de residencia habitual, o fuera del mismo”<sup>100, 101</sup>.

Desde el punto de vista jurídico, el término **“refugiado climático”**<sup>102</sup> no procede por no estar incluido en la definición de “refugiado” establecida en la Convención sobre Refugiados de 1951. En este caso, el perjuicio no se considera “persecución”, ya que no existe ningún agente perseguidor identificable, no infringiéndose por ninguno de los motivos estipulados en la Convención: raza, religión, nacionalidad, pertenencia a determinado grupo social o por opiniones políticas.

<sup>98</sup> OIM, 2020b, p. 190.

<sup>99</sup> Ibid., p. 129.

<sup>100</sup> Ibid., p. 129.

<sup>101</sup> Esta definición fue acordada en los Acuerdos de Cancún legalmente vinculantes sobre el cambio climático en 2010.

<sup>102</sup> OIM, 2019, pp. 124-128.

**Poblaciones atrapadas:** “Poblaciones que no emigran y que, sin embargo, están situadas en regiones bajo amenaza, y corren el peligro de quedar atrapadas o de tener que permanecer en un lugar donde serán más vulnerables a los problemas ambientales y al empobrecimiento”<sup>103</sup>. Quienes corren mayor riesgo de quedar atrapados son los hogares más pobres que no tienen los recursos para mudarse y cuyos medios de subsistencia probablemente se verán afectados negativamente. En el contexto del cambio climático, es posible que algunas poblaciones no puedan trasladarse por falta de recursos, discapacidad o por razones sociales (p. ej., género), y otras podrían optar por no trasladarse por motivos culturales, como los vínculos ancestrales entre las personas y su tierra.

**Migración forzada**<sup>104</sup>: “Movimiento migratorio que, si bien puede estar propiciado por diversos factores, entraña el recurso a la fuerza, la coacción o la coerción”.

Aunque no es un concepto jurídico internacional, este término se ha utilizado para describir los movimientos de refugiados, desplazados (incluidos los desplazados por desastres o por proyectos de desarrollo) y, en algunos casos, las víctimas de la trata. En el plano internacional, el uso de este término es objeto de debate debido al reconocimiento generalizado de que existe un espectro continuo de agentes, y no así una dicotomía “voluntario/ forzado”, y de que su empleo podría socavar el régimen jurídico de protección internacional existente.

**Persona migrante desaparecida:** No existe una definición universalmente aceptada de “migrante desaparecido” pero el proyecto ‘Migrantes Desaparecidos’ de la OIM utiliza una definición operativa, la cual incluye a las personas migrantes que han fallecido en las fronteras de los Estados o en el proceso migratorio hacia un destino internacional, independientemente de su estatus legal. Se registran únicamente las muertes de personas migrantes durante el desplazamiento hacia un país diferente a su país de residencia actual<sup>105</sup>.

**Tráfico de personas:** “Facilitación de la entrada irregular de una persona en un Estado del cual dicha persona no es nacional ni residente permanente con el fin de obtener, directa o indirectamente, un beneficio financiero u otro beneficio de orden material”<sup>106</sup>.

**Trata de personas:** “Captación, transporte, traslado, acogida o recepción de personas, recurriendo a la amenaza o al uso de la fuerza u otras formas de coacción, al rapto, 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. Esa explotación incluye, como mínimo, la explotación de la prostitución ajena u otras formas de explotación sexual,

103 Turpin, 2018.

104 Ibid.

105 OIM, s.f.c.

106 OIM, 2020b, p. 235.

los trabajos o servicios forzados, la esclavitud o las prácticas análogas a la esclavitud, la servidumbre o la extracción de órganos”<sup>107</sup>.

**Trabajador migrante:** “Toda persona que vaya a realizar realice o haya realizado una actividad remunerada en un Estado del que no sea nacional”<sup>108</sup>.

Otros conceptos relativos son los de migrante laboral, migrante por motivos económicos, trabajador migrante de temporada, trabajador migrante cualificado o altamente cualificado.

Igualmente, aún es frecuente encontrar el término **“migrante económico”**<sup>109</sup>, un concepto cada vez más en desuso en comunicación y que invisibiliza y deshumaniza la figura del trabajador migrante al no hacerse mención directa a la figura de la persona trabajadora.

**Migración circular:** “Forma de migración en que las personas se desplazan reiteradamente entre dos o más países en uno y otro sentido”<sup>110</sup>.

**Remesas:** “Transferencias monetarias de carácter privado que los migrantes realizan, ya sea a través de las fronteras o dentro de un mismo país, a particulares o comunidades con los que mantienen vínculos”<sup>111</sup>.

**Remesas sociales:** “Transferencia de ideas, comportamientos, identidades y capital social de las personas migrantes a sus comunidades de origen”<sup>112</sup>.

**Diáspora:** “Conjunto de personas migrantes o descendientes de migrantes cuya identidad y sentimiento de pertenencia, sean reales o simbólicos, dimanen de su experiencia y sus antecedentes migratorios. Los miembros de la diáspora mantienen vínculos con su país de origen y entre ellos, a partir de una historia y una identidad compartidas o de experiencias comunes en el país de destino”<sup>113</sup>.

**Gobernanza migratoria:** “Marcos conjuntos de normas jurídicas, leyes, reglamentos, políticas y tradiciones, así como de estructuras organizativas (subnacionales, nacionales, regionales e internacionales), y procesos pertinentes que regulan y determinan la actuación de los Estados en respuesta a la migración en todas sus formas, abordando los derechos y obligaciones y fomentando la cooperación internacional”<sup>114</sup>.

---

107 OIM, 2020b, p. 239.

108 Ibid.

109 OIM, 2019, p. 104.

110 Ibid., p. 124.

111 Ibid., p. 199.

112 Ibid., p. 200.

113 Ibid., p. 69.

114 Ibid., p. 103.

**Migración segura, ordenada y regular:** “Movimiento de personas que se ajusta a las leyes y normas que rigen la salida, la entrada, el retorno y la permanencia en los países, así como a las obligaciones que incumben a los Estados en virtud del derecho internacional, y que se produce en un contexto en el que se preserva la dignidad humana y el bienestar de las personas migrantes; se respetan, protegen y hacen efectivos sus derechos; y se detectan y mitigan los riesgos asociados a la circulación de personas”<sup>115</sup>.

**Crisis migratoria:** “Flujos migratorios complejos y —generalmente— a gran escala, así como patrones de movilidad ocasionados por una crisis que suelen traer consigo considerables vulnerabilidades para las personas y comunidades afectadas y plantear serios retos de gestión de la migración a más largo plazo. Una crisis migratoria puede ser repentina o paulatina, puede ser por causas naturales u ocasionada por el hombre, y puede tener lugar internamente o a través de las fronteras”<sup>116</sup>.

A la hora de su aplicación, se aconseja prestar especialmente atención a la referencia expresa en el término de “gran escala”, así como al hecho de que exista un flujo migratorio que realmente plantee “serios retos de gestión”. Con frecuencia, el término “crisis migratoria” se utiliza indiscriminadamente para referirse a llegadas de personas migrantes por vías no regulares, sin analizar el número, la frecuencia de llegadas o el reto que realmente plantea dicho suceso.

**Movimientos mixtos (migración mixta o flujos mixtos):** “Movimiento en el que varias personas viajan juntas, por lo general en forma irregular, utilizando las mismas rutas y medios de transporte, pero por razones diferentes. Las personas que viajan como parte de movimientos mixtos tienen diferentes necesidades y perfiles y pueden incluir a solicitantes de asilo, refugiados, personas objeto de trata, menores no acompañados o separados y migrantes en situación administrativa irregular”<sup>117</sup>.

**Orden de expulsión:** “Acto administrativo o decisión judicial por la que un extranjero es compelido a abandonar el territorio de un Estado”<sup>118</sup>. Este concepto no debe confundirse con extradición<sup>119</sup>.

**Centro de retención:** “Lugar donde se aloja a los migrantes, incluidos los solicitantes de asilo y los refugiados, que se encuentran en situación administrativa irregular, a su llegada al país receptor mientras se determina su condición jurídica”<sup>120</sup>.

115 OIM, 2019, p. 131.

116 Ibid., p. 43.

117 Ibid., p. 145.

118 Ibid., p. 157.

119 Ibid., p. 87. “Procedimiento por el que, en virtud de un tratado o sobre la base de la reciprocidad, un Estado entrega a otro Estado, a solicitud de este, a una persona acusada o condenada por un delito cometido contra las leyes del Estado requirente, siendo competente dicho Estado para enjuiciarla o para ejecutar la pena o la orden de detención”.

120 Ibid., p. 302.

**Centros de acogida:** “Cualquier instalación utilizada para alojar a solicitantes de protección internacional y otras categorías de migrantes, incluidos los refugiados, a la espera de una decisión respecto de su solicitud de admisión o protección internacional”<sup>121</sup>. Son centros no penitenciarios<sup>122</sup>.

**Apátrida:** “Condición de toda persona no considerada como nacional suyo por ningún Estado, conforme a su legislación. La apatridia puede ser el resultado de diversos factores, como los conflictos de leyes de nacionalidad, las transferencias de territorio (sucesión de Estados), las prácticas administrativas, la discriminación, el no registro de nacimientos, la privación arbitraria de libertad, la renuncia a la nacionalidad y la residencia a largo plazo en el extranjero. Los menores también pueden heredar la apatridia de sus progenitores.”<sup>123</sup>.



© OIM 2023 / Jorge GALINDO



© OIM 2023 / Kowshikur RAHMAN

<sup>121</sup> OIM, 2019, pp. 32-33.

<sup>122</sup> Ibid., p. 33. “La denominación de las funciones de estos centros varía de un país a otro (centros de alojamiento, centros de identificación, centros de tramitación, centros en zonas críticas, centros de retención y centros de detención). Algunas instalaciones pueden alojar a un grupo particular únicamente, por ejemplo, a aquellos que solicitan protección internacional, mientras que otras pueden alojar a diversos grupos. Los centros de acogida pueden ser de régimen abierto, semiabierto o cerrado, y estar administrados por entidades públicas o privadas. En el caso de los centros de acogida de régimen cerrado, sea cual fuere la denominación que estos reciban, los Estados tienen la obligación de observar el derecho de las personas a la libertad y a la seguridad, y de respetar todas las garantías de derechos humanos relacionadas con la detención”.

<sup>123</sup> Ibid., p. 24.

## Dinámicas

Nº dinámica:

**14**

### Descripción de la dinámica

En una imagen impresa o proyector presenta una serie de objetivos, a modo de ejemplo, se puede emplear una fotografía o dibujo de los siguientes elementos: un autobús, una pajita y una fregona<sup>124</sup>. A continuación, el alumnado deberá compartir con el resto de la clase cómo denominan a esa serie de objetos.



Una vez expuestas las diferentes formas de dominar estos tres objetos, se abrirá un debate incidiendo en la importancia de las palabras para nuestra capacidad de entender y relacionarnos, así como la responsabilidad que los profesionales de la comunicación tienen en hacer un buen uso de las terminologías. En este sentido, podrá preguntar: ¿Por qué el mismo objeto es denominado de forma diferente por las personas? ¿Cuán importante es conocer la terminología apropiada para informar? ¿Cuál puede ser el impacto de no hacer un buen uso de los términos sobre las migraciones en la comunicación?

### Objetivos

- ✓ Fomentar una mirada crítica e intercultural sobre la construcción del lenguaje.
- ✓ Introducir la importancia del buen uso de la terminología migratoria.
- ✓ Reflexionar sobre la responsabilidad que tienen los futuros profesionales de la comunicación en hacer un buen uso de la terminología.

### Requisitos

- ✓ Proyector, u hoja impresa, con las imágenes que hagan mención a diversos elementos.

Ficha adicional: No

<sup>124</sup> En diferentes zonas geográficas, y en base a la experiencia de las formaciones “Migrando Miradas”, tanto en España como en otros países, estos objetos son denominados de forma diversa. De esta forma, “autobús” puede ser llamado guagua, camión, colectivo; “pajita” puede ser entendido como bombilla, calimote, cañita, carrizo, pitillo, popote; y “fregona” como trapeador, mocho, mopa, colete, trapero.

# Dinámicas

Nº dinámica:

# 15

## Descripción de la dinámica

El periódico español “El País” publicó en 2019 el video-reportaje “*Cuando el cambio climático te obliga a emigrar*” donde se realiza un recorrido por Guatemala, El Salvador, Bangladesh y Mozambique mostrando cómo las inundaciones y las sequías han transformado la vida de las personas campesinas. Como introducción a la terminología “personas migrantes por motivos medioambientales”, se recomienda la visualización de este reportaje.

Vídeo: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Escanea el código QR para ver el vídeo:



Tras la proyección, el profesorado podrá fomentar un debate que favorezca la profundización en la realidad de las personas que migran por motivos medioambientales, realizando algunas de las siguientes preguntas: ¿Cuáles son vuestras principales conclusiones tras ver el vídeo? ¿Ayuda a entender las migraciones por motivos ambientales? ¿Por qué motivo? ¿Se da suficiente contexto? ¿Se cuenta con suficientes fuentes? ¿Son apropiadas estas fuentes? ¿Hay una mirada inclusiva, respetuosa, con las personas que aparecen en el reportaje? ¿Se fomentan estereotipos? ¿Por qué? ¿Qué le ha gustado más y qué menos de todo el reportaje? De lo que menos, ¿cómo lo mejoraría?

## Objetivos

- ✓ Introducir las realidades migratorias por motivos medioambientales.
- ✓ Introducir el uso de la terminología “personas migrantes por motivos medioambientales”.
- ✓ Analizar el tratamiento de las migraciones a través del video-reportaje.

## Requisitos

- ✓ Proyector, salida de audio.
- ✓ Acceso a Internet.

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

# 16

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá redactar un artículo informativo sobre personas migrantes desaparecidas. La pieza deberá incluir:

- Titular
- Entradilla
- Breve contexto
- Datos
- Fuente de información complementaria a los datos
- Fotografía
- Vínculo al Pacto Mundial para una Migración Segura, Ordenada y Regular

Para la elaboración del artículo podrán consultar las siguientes plataformas:



Realizado los artículos, el alumnado compartirá sus propuestas con el resto de la clase y el profesorado fomentará el análisis crítico y debate sobre los artículos entre ellas.

## Objetivos

- ✓ Introducción al concepto de personas migrantes desaparecidas.
- ✓ Poner en práctica herramientas y habilidades de datos relativos a las migraciones.
- ✓ Capacitar a futuros profesionales de la comunicación en la elaboración de artículos informativos sobre migraciones.

## Requisitos

- ✓ Ordenador o dispositivo móvil con acceso a Internet.

Ficha adicional: No



# Dinámicas

Nº dinámica:

# 17

## Descripción de la dinámica

El alumnado mencionará una serie de palabras de forma aleatoria que están vinculadas con las realidades migratorias. El alumnado deberá clasificar los términos en función de si se recomienda su uso, no se recomienda, o se recomienda según el contexto.

A continuación, se menciona las palabras ya clasificadas:

### Palabras recomendadas

Persona migrante  
Gobernanza migratoria  
Persona migrante desplazada  
Trabajadores migrantes

### Palabras recomendadas según su uso

Persona refugiada  
Crisis migratoria  
Persona migrante indocumentada

### Palabras no recomendadas

MENA  
Sinpapeles  
Persona migrante ilegal  
Persona refugiada climático  
Migrante económico

## Objetivos

- ✓ Introducir los principales términos sobre migraciones.
- ✓ Clasificar la terminología migratoria según su uso recomendado.
- ✓ Profundizar en la comprensión de las realidades migratorias a través del análisis de la terminología específica.

## Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

# 18

## Descripción de la dinámica

A través del vídeo “Un enfoque sensible al género en la trata de personas y el tráfico ilícito de migrantes” se realizará una introducción al concepto de “trata de personas” desde una perspectiva de género.

Vídeo: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Escanea el código QR para ver el vídeo:



Previo a la visualización del vídeo, se recomienda invitar al alumnado definir el concepto de “tráfico de personas” y “trata de personas”. Una vez visualizado, abrir un debate en torno a los conceptos, incidiendo en aquellos elementos que no se hayan contemplado en la definición inicial realizada por la clase.

## Objetivos

- ✓ Introducir los conceptos de “tráfico de personas” y “trata de personas” en el contexto de las migraciones.
- ✓ Reflexionar sobre la perspectiva de género de los conceptos “tráfico de personas” y “trata de personas”.

## Requisitos

- ✓ Proyector
- ✓ Ordenador o dispositivo móvil con acceso a Internet.

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

**19**

## Descripción de la dinámica

En el reportaje de Radio Televisión Española (RTVE), “*El dolor de Fátima: diez años sin noticias de su hijo desaparecido en el Mediterráneo*”, la periodista Ebbaba Hameida apuesta por un enfoque humano, narrando la historia de vida de una madre y su periplo por conocer el paradero de su hijo desaparecido, frente a otros enfoques centrados exclusivamente en las tragedias y los datos.

El alumnado deberá analizar los siguientes elementos presentes en el reportaje:

- Fuentes consultadas.
- Datos proporcionados.
- Contexto ofrecido.
- Enfoque de género.

Vídeo: [www.rtve.es/noticias](http://www.rtve.es/noticias)

Escanea el código QR para ver el vídeo:



## Objetivos

- ✓ Introducir la terminología de “personas migrantes desaparecidas”.
- ✓ Fomentar una mirada crítica sobre la cobertura periodística a la hora de informar sobre las migraciones.
- ✓ Capacitar a futuros profesionales de los medios en la construcción de artículos periodísticos sobre migraciones.

## Requisitos

- ✓ Ordenador o dispositivo móvil con acceso a Internet.

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

**20**

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá acertar las palabras clave de una serie de cartas, estas aparecen en la ficha adicional. En la carta se encontrará una serie de palabras: la palabra que deberá ser adivinada por la clase aparecerá destacada en la parte superior; mientras que en la parte inferior aparecerá un conjunto de palabras prohibidas. Ninguna de estas palabras podrá ser mencionadas por la persona poseedora de la carta, quien deberá buscar alternativas a palabras o frases y conseguir que alguna persona de la clase acierte.

## Objetivos

- ☑ Introducir la terminología migratoria.
- ☑ Capacitar a los futuros profesionales de los medios en la identificación de palabras relativas a las realidades migratorias.

## Requisitos

- ☑ N/A

Ficha adicional: Sí

**FICHA**

**Desplazada  
(persona)**

Migrante  
Clima  
Interna

**Refugiada  
(persona)**

Conflicto  
Asilo  
Visado humanitario

**Gobernanza  
migratoria**

Estado  
Legislación  
País

**Crisis  
migratoria**

Flujos  
Vulnerabilidad  
Grupo

**Remesas**

Dinero  
Enviar  
Ayuda

**Poblaciones  
atrapadas**

Desplazamiento  
Personas migrantes  
País



## FICHA




### **Trabajador migrante (persona)**

Trabajador económico  
Economía  
Temporada



### **Trata de personas**

Explotación  
Menores  
Mujeres



### **Migrantes por motivos medioambientales (persona)**

Cambio climático  
Sequía  
Desplazamiento




### **Remesas sociales**

Conocimiento  
Transferencia  
Conexión



### **Menores migrantes no acompañados**

Infancia  
Menores  
Acompañados/as



### **Migrante indocumentado (persona)**

Sin papeles  
Documentos  
Permisos





## MÓDULO III

# LA REPRESENTACIÓN ACTUAL DE LAS MIGRACIONES EN LOS MEDIOS

¿Qué se entiende por comunicación?

La cobertura mediática de las migraciones en los medios



# ¿Qué se entiende por comunicación?

La comunicación, en su esencia, es la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Existen diversas teorías que permiten ahondar en el concepto, pero que en definitiva ponen en valor la presencia de un emisor/es y un receptor/es, la creación y transmisión de unos mensajes, la intencionalidad de estos, el ruido que rodea todo el proceso de transmisión de mensajes los canales que se emplean para transmitirlos<sup>125, 126, 127, 128</sup>... en definitiva, un complejo proceso compuesto por múltiples elementos que se manifiestan de formas diversas. La comunicación se puede expresar de forma verbal, no verbal, escrita, visual, auditiva, publicitaria, periodística, etc.<sup>129</sup>

En sí, la comunicación resulta un proceso sociocultural, porque no solo se basa en transmitir unos mensajes, sino también en establecer unas relaciones<sup>130</sup>. Todo esto nos muestra la riqueza de la comunicación, su presencia e impacto en nuestras vidas y la complejidad que resulta abordar con exactitud su concepto: todo comunica.

En el desarrollo de las formaciones de “Migrando Miradas”, se toman de referencia para los ejercicios prácticos con estudiantes y docentes de Ciencias de la Comunicación algunos de los siguientes productos comunicativos:

| ÁREAS DE ESTUDIO          | Periodismo   | Comunicación audiovisual   | Publicidad   | Diseño gráfico   | Videojuegos  |
|---------------------------|--|--|--|--|--|
| PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN | Noticia<br>Entrevista<br>Crónica<br>Reportaje<br>Editorial<br>Etc. | Películas Series<br>Documentales<br>Cortos Realities<br>Programas TV<br>Etc. | Anuncio TV<br>Anuncio radio<br>Cartelería física<br>Publicidad digital<br>Street marketing<br>Etc. | Cartelería<br>Ilustración<br>Animación<br>Vídeo<br>Infografías<br>Gráficos<br>Etc. | Videojuegos<br>Aplicaciones<br>Móviles<br>Videojuegos online<br>Etc. |

<sup>125</sup> Linares, 2016, p. 121.

<sup>126</sup> RAE, s.f.

<sup>127</sup> Maletzke, 1993.

<sup>128</sup> Alsina, 1995.

<sup>129</sup> De esta forma, se puede hablar de comunicación verbal, escrita y no verbal, así como comunicación según participantes (Individual, colectiva, intrapersonal, interindividual, intragrupal, intergrupala, masiva), comunicación sensorial (visual, auditiva, táctil, olfativa, gustativa), tecnológica (digital, televisiva, cinematográfica), comunicación según la finalidad (publicitaria, periodística, educativa, política).

<sup>130</sup> Ramírez Goicoechea, 2011.

Si bien el marco lógico para entender la comunicación queda establecido, el interrogante que se plantea a continuación es: ¿Qué es la comunicación ética? Esta suele asociarse al periodismo y los códigos deontológicos que guían la profesión. Estos principios se centran en los profesionales de la información y obvian, por lo general, los del entretenimiento. No obstante, sientan la base de una comunicación honesta y responsable que inspira la mirada ética de cualquier profesional del sector: periodista, publicista, guionista, etc.

Aunque cada grupo mediático suele contar con sus propios códigos deontológicos<sup>131</sup>, instituciones de referencia como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencias y la Cultura (UNESCO, 1983)<sup>132</sup>, el Consejo de Europa (1993)<sup>133</sup> o la Federación Internacional de Periodistas (1986)<sup>134</sup> se han posicionado en la cuestión, enmarcando los principios que cualquier buen profesional de la comunicación debe tener presente en su día a día.

Si bien estas propuestas se enmarcan en el ejercicio del periodismo, otras han surgido en los últimos años entorno al área de la publicidad<sup>135</sup>, comunicación audiovisual<sup>136</sup> o videojuegos<sup>137,138,139</sup>.

Entre los documentos consultados de las instituciones referidas, se puede encontrar una amplia variedad de principios de la comunicación ética que se relaciona con la realidad migratoria:

- Velar por derecho al acceso a una información veraz.
- Trasladar la realidad honestamente.
- Preservar la responsabilidad social.
- Permitir la participación ciudadana en los medios.
- Respetar a la persona y sus derechos.
- Salvaguardar el anonimato, intimidad y confidencialidad.
- Ser transparentes.

131 Pérez Fuentes, 2004.

132 UNESCO, 1983.

133 Comisión Europea, 1993.

134 Federación Internacional de Periodistas, 1986.

135 ICC, 2018.

136 Comisión Europea, 2010.

137 Comisión Europea, 2022b.

138 Ethical Games, s.f.

139 Comisión Europea, 2008.

## PARTE II. Módulos formativos dinamizados. Módulo III.

La representación actual de las migraciones en los medios. ¿Qué se entiende por comunicación?

- No discriminar ni incitar al odio por razón de sexo, género, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual.
- Atentar contra el respeto a la dignidad humana.
- Proteger especialmente a las personas menores de edad.
- Permitir el derecho a replica.

Algunos de estos principios, como el derecho a informar y el acceso a la información, la no discriminación o el fomento de la participación ciudadana, vienen respaldados por los textos fundamentales como la Declaración de los Derechos Humanos, la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea o la Constitución Española.

Por todo ello, se puede entender por comunicación ética la aplicación de los principios éticos que fundamentan la labor de los profesionales de la comunicación, entendiendo la diversidad de áreas que conforman la comunicación. Los profesionales de la comunicación, los grupos mediáticos, las empresas, y otros actores implicados del sector, no solo deben conocer estos principios sino también adaptarlos y aplicarlos a las diferentes manifestaciones de la comunicación en sus respectivas áreas de trabajo.



© OIM 2015 / Muse MOHAMMED

# Dinámicas

Nº dinámica:

## 21

### Descripción de la dinámica

El alumnado deberá elaborar un listado de principios éticos que aseguren un correcto abordaje de las realidades migratorias. Estos principios deberán categorizarse por las siguientes áreas de trabajo: Publicidad, Comunicación Audiovisual, Periodismo, Diseño Gráfico, Desarrollo de Videojuegos.

Para facilitar el desarrollo de la dinámica, se les podrá mostrar una clasificación con ejemplos y sugerencias de principios, ver ficha adicional. Igualmente, se podrá pedir al alumnado que vuelque cada idea en un post-it y llegado el momento, lo peguen sobre un soporte, habiéndose limitado previamente cada una de las columnas que aparecen en la ficha adicional. Por ejemplo, se podrá emplear un proyector sobre una pantalla y pegar los post-it sobre esta.

Transcurrido el tiempo establecido, se compartirán entre toda la clase las aportaciones y analizará cada una de estas, prestando atención a aquellos principios que resulten transversales a las áreas de trabajo estudiadas.

### Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de comunicación ética en el contexto de las migraciones.
- ✓ Profundizar en la perspectiva ética sobre las migraciones en las diversas áreas de trabajo de la comunicación.

### Requisitos

- ✓ Proyector
- ✓ Ordenador
- ✓ Post-it

Ficha adicional: Sí

Dinámica 21

# FICHA

## PUBLICIDAD



### Spot publicitario

Analizar aspectos socioculturales

---

---

---

---

## COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



### Serie TV

Considerar a las personas migrantes como fuentes de información e inspiración

---

---

---

---

## PERIODISMO



### Noticia

Hacer uso de datos objetivos y fiables

---

---

---

---

## VIDEOJUEGOS



### Desarrollo de guión

Representar a personas diversas

---

---

---

---

## DISEÑO GRÁFICO



### Cartelería

Revisar particularidades o elementos exóticos que puedan fomentar estereotipos

---

---

---

---

## Dinámicas

Nº dinámica:

**22**

### Descripción de la dinámica

El alumnado deberá elaborar un listado de palabras que considere que integran la comunicación ética. Una vez realizado el ejercicio, estas palabras deberán exponerse de forma colectiva.

Posteriormente, el profesorado promoverá el debate en torno al concepto de comunicación ética, analizando las palabras detectadas por el alumnado y la transversalidad del concepto a las diversas áreas de trabajo del sector de la comunicación.

### Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de “comunicación ética” en el contexto de las migraciones.
- ✓ Analizar la transversalidad de la comunicación ética en diversas expresiones de la comunicación.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: No

# La cobertura mediática de las migraciones en los medios

Una periodista entrevista a una persona migrante recién llegada al país, un guionista elabora la historia de vida de un personaje migrante que aparece en una serie de televisión, una diseñadora gráfica ilustra la diversidad en un cartel. Estos son algunas de las situaciones que enfrentan los profesionales de la comunicación cuando se acercan a las realidades migratorias.

Afortunadamente, y cada vez con mayor frecuencia, los profesionales abordan la cuestión con más sensibilidad, con la responsabilidad de quienes saben que sus trabajos tienen un impacto real en la sociedad y, en especial, en la vida de las personas migrantes. Y esto ha sido posible gracias al camino que han construido todos los actores que conforman la profesión, a través de la sensibilización, el consenso de principios que rijan su labor, y la monitorización y corrección de sus trabajos, etc. No obstante, aún existen profesionales y contenidos con miradas poco acertadas en torno a las migraciones. Por ello, es esencial conocerlas y analizarlas con el objetivo de prevenir su reproducción. A continuación, se destacan algunas de ellas:

## Asociación de las migraciones a noticias negativas

Las migraciones se convierten, con frecuencia, en noticia por cuestiones relacionadas con conflictos y desastres, declaraciones virales antiinmigración o casos de xenofobia, artículos que fomentan el miedo entre la ciudadanía<sup>140</sup>, entre otros. Desafortunadamente, las noticias positivas sobre las migraciones no suelen ocupar el mismo espacio y protagonismo en el escenario mediático, político y social<sup>141</sup>.

El lenguaje construye nuestro pensamiento y si desde los medios con frecuencia se abordan las migraciones con palabras como “las cifras se disparan”, “goteo incesante”, “oleada”, etc. no es de extrañar que estas expresiones trasladen a la ciudadanía un sentimiento de “alerta” ante lo que retratan como “invasiones peligrosas”<sup>142</sup>.

**Noticia** “Los salvadoreños inmigrantes del barrio protagonizan la primera gran reyerta del año”

<sup>140</sup> Rodríguez Borges, 2010, p. 226.

<sup>141</sup> OIM, s.f.a.

<sup>142</sup> OIM, 2019, pp. 162-167.



## Criminalización

Se criminaliza a la población migrante cuando un determinado hecho individual, y negativo, se generaliza y se le aplica a todo el colectivo. Además de reforzar percepciones sociales negativas, se genera alarma y rechazo entre la ciudadanía sobre su propia seguridad. La falta de contexto y empatía hacia las migraciones hace que se culpabilice y criminalice por el simple hecho de migrar, ignorando todas las causas que les motivan a migrar<sup>143</sup>.

**Noticia** “Los rumanos de la capital tienen amenazado a los comerciantes del centro”

## Sensacionalismo

Los medios de comunicación necesitan captar la atención del lector; informarles, pero también mantenerles fieles a sus contenidos. Con frecuencia abordan solo aspectos negativos de las migraciones, centrados especialmente en el drama, aportando datos específicos sobre determinados hechos, que, aunque puedan ser informativos, pueden ser irrelevantes en muchas ocasiones<sup>144</sup>.

**Noticia** “Las últimas imágenes de la pequeña antes de perder la vida en el mar”

## Deshumanización

La cobertura mediática también puede eliminar metafóricamente a las personas migrantes del resto de la población utilizando un lenguaje deshumanizante. Para ello, por ejemplo, se habla de “migrantes” ignorando, con frecuencia, la palabra “persona”; se emplea el uso de metáforas para referirse a las migraciones como fenómeno atmosférico (inundación, desplazamientos, conflictos, etc.); como animales (invasión, hordas -en la expresión anglosajona se emplea “swarms”); se hace una utilización exhaustiva y casi exclusiva de cifras y datos oficiales, y pocas declaraciones de personas migrantes; apenas se ofrece contextos que ahonde en las causas de los procesos migratorios, con el fin de ofrecer a la ciudadanía una información más completa y contrastada sobre la movilidad humana; las cifras, las declaraciones y los posicionamientos ideológicos también ocultan a las personas migrantes<sup>145</sup>.

**Fotografía** “La primera gran oleada de inmigrantes en 2023”

## División a causa de la otredad (‘Nosotros frente a ellos’)

A través de esta ficción se separa a las personas migrantes de quienes no migran, por lo general, entendiendo a estos últimos como las personas nacionales de un país.

<sup>143</sup> Turpin, 2018.

<sup>144</sup> OIM, 2019, p. 233

<sup>145</sup> OIM, s.f.a.

Algunos medios en el mundo representan a las personas migrantes como personas con dificultades para integrarse en la sociedad, ignorando las múltiples barreras que enfrentan diariamente; como amenaza para la seguridad pública; o como intimidación a la “identidad nacional”. En definitiva, realizan un retrato de las personas migrantes como amenaza para la identidad, la cultura o la cohesión social de un país.

**Reportaje** Los ultramarinos 24horas, esencial para la integración de la población pakistani en la ciudad

### **Foco innecesario en la nacionalidad**

La nacionalidad se convierte, en ocasiones, en parte de la información que integra una noticia o reportaje, sin aportar información de relevancia para entender el hecho del que se informa. Con frecuencia es mencionada solo en artículos de sucesos, lo que fomenta la imagen negativa y de criminalización hacia las personas migrantes. Esto solo alimenta la polarización, estereotipación y construcción de otredad.

**Noticia** “Detenido dos italianos por el robo de varios cajeros automáticos en el centro de la capital”

### **Emociones**

Las emociones transmitidas a través de noticias, series de televisión o anuncios pueden determinar los sentimientos que las personas tengan hacia la población migrante. Emociones como la ansiedad, el miedo, la desconfianza o el rechazo forman parte de algunos de los contenidos sobre migraciones que aún hoy se pueden encontrar en los medios.

**Noticia** “Crece la alarma social disparándose las llegadas de inmigrantes a las costas en las últimas semanas”

### **Estereotipos**

Noticias repetitivas, la falta de información contrastada o imágenes poco realistas consolidan los estereotipos asociados a la población migrante que se reproducen en noticias, series de televisión o anuncios publicitarios.

**Entrevista** “Las mujeres de ese país están más capacitadas para las labores de la limpieza”

### **Discursos de odio**

Dar voz a declaraciones y actitudes particulares contra las migraciones, sin contrapunto alguno, cuestionamiento editorial o apostar por la visibilización de la realidad migratoria<sup>146</sup>.

**Entrevista** “Tenemos que dejar de aceptar inmigrantes de ese país, no están bien educados y no me transmiten confianza”

<sup>146</sup> OIM, 2022a, p. 226.

# Dinámicas

Nº dinámica:

**23**

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá analizar y detectar una serie de errores presentes en los artículos informativos que podrá ver en la ficha adicional.

Tras el análisis, se le invitará a compartir sus principales conclusiones, establecer comparaciones entre los respectivos artículos y realizar propuestas de mejoras.

## Objetivos

- ✓ Analizar la cobertura que los medios de comunicación hacen sobre las dinámicas migratorias.
- ✓ Profundizar en los principales errores a la hora de abordar las realidades migratorias en la comunicación.
- ✓ Reflexionar sobre la responsabilidad social de los profesionales en el contexto de las narrativas sobre migraciones.

## Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: Sí

Dinámica 23

## FICHA



### Artículo 1

Trump: "Puede que tengamos que cerrar nuestro país"



### Artículo 2

"Los rumanos se han adueñado del parque de las avenidas para ejercer la mendicidad"



### Artículo 3

Salvini celebra que la Unión Europea no pueda avanzar en la reforma del sistema de asilo



### Artículo 4

Buscan a los siete desaparecidos del naufragio de una patera en el Estrecho



### Artículo 5

Las pateras son para después del Ramadán



### Artículo 6

El comercio, pieza clave de la integración china en Barcelona



### Artículo 7

Golpe a un violento grupo que asaltaba locutorios y bazares chinos en municipios del noroeste de Madrid

# Dinámicas

Nº dinámica:

## 24

### Descripción de la dinámica

Los artículos informativos pueden condicionar las actitudes del público, más aún si a través de noticias o reportajes se transmiten emociones. En este sentido, el alumnado deberá adaptar un texto informativo intentando transmitir una emoción. El profesorado podrá escoger entre un amplio rango de emociones: miedo, alegría, rechazo, angustia e interés.

De cara a la adaptación de los artículos, se podrá compartir con al alumnado algunas de las siguientes recomendaciones: la formulación del titular; el uso de los datos, la incorporación de declaraciones, el empleo de determinados términos, la selección de la fotografía, entre otros.

Finalmente, el alumnado compartirá sus respectivos trabajos haciendo énfasis en las incorporaciones realizadas para conseguir el objetivo planteado en la dinámica. Tras esto, se sugiere promover un debate con algunas de las siguientes preguntas: ¿Cuán fácil ha resultado realizar las adaptaciones? ¿Se debe transmitir emociones a través de textos informativos? ¿Es ético? ¿Por qué motivo?

### Objetivos

- ✓ Analizar la cobertura mediática sobre migraciones.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de los medios en la redacción de contenidos informativos éticos en materia de migraciones.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: Sí

## FICHA

# Las llegadas de personas migrantes por vía irregular a las costas italianas se duplican en un año

El Ministerio del Interior del Gobierno italiano estima que este año han llegado a las costas del país más de 130.000 personas migrantes, frente a las 68.000 que se registraron en el mismo periodo del año anterior. Tan solo en esta madrugada llegaron 300 personas migrantes, en lo que va de semana se supera ya las 5.000 personas.

Los recursos puestos a disposición empiezan a escasear y los sistemas locales de acogida empiezan a quedarse sin plazas. Las autoridades locales están buscando recursos alternativos para dar respuesta a este aumento de llegadas. Lampedusa es, sin duda, la isla más afectada por la situación, por ello el Gobierno central está priorizando los traslados a otras zonas del país para así aligerar la carga de los recursos del área.

En la zona del Mediterráneo central ha perdido la vida más de 2.000 personas migrantes en lo que va de año, según las estadísticas aportadas por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), aunque las cifras podrían ser superiores.

## **MÓDULO IV**

# RECOMENDACIONES SOBRE EL ABORDAJE ÉTICO DE LAS MIGRACIONES EN LA COMUNICACIÓN



# El abordaje ético de las migraciones en la comunicación

Son numerosas las instituciones que a lo largo de los años han trabajado en la construcción de documentos que permitan profundizar en la labor y responsabilidad de los medios y sus profesionales a la hora de informar sobre la realidad migratoria.

Algunas de las recomendaciones que se comparten en estas líneas son fruto de la experiencia del trabajo colaborativo construido con el alumnado y el personal docente participante en las formaciones de “Migrando Miradas” entre los años 2022 y 2023. Otras presentes, provienen del trabajo realizado por la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) en los últimos años, así como otras organizaciones de referencia, destacamos las siguientes:

- 1** **Global Migration Media Academy (GMMA) (OIM, 2022a)<sup>147</sup>.**  
**Curso sobre migración para periodistas y profesionales en comunicación. Pautas generales para el abordaje ético de la migración en la comunicación (OIM, s.f.a.)<sup>148</sup>.** **2**
- 3** **Capacitación regional sobre cobertura mediática para la migración y las poblaciones. Manual del estudiante (OIM, 2020a)<sup>149</sup>.**
- 4** **Reportajes sobre el trabajo forzoso y la contratación equitativa. Guía práctica de la OIT para periodistas (OIT, s.f.)<sup>150</sup>.**
- 5** **Siete elementos fundamentales para elaborar un relato sobre los migrantes y la migración basada en los derechos humanos. Consejo de Derechos Humanos de las Naciones Unidas (OHCHR, 2020)<sup>151, 152</sup>.**

147 OIM, 2022a.

148 OIM, s.f.a.

149 OIM, 2020a.

150 OIT, s.f.

151 OHCHR, 2020.

152 OHCHR, s.f.



**6** **Media Coverage on Migration. A Practical Guide for Journalists** (Turpin, 2018)<sup>153</sup>.

**Media Coverage on Migration: Promoting a Balance Reporting** (OIM, 2017)<sup>154</sup>.

**7**

**8** **Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: tratamiento mediático de la inmigración** (OBERAXE, 2008)<sup>155</sup>.

A continuación, se mencionan las principales recomendaciones para la producción de productos comunicativos éticos con la realidad migratoria. No obstante, la proliferación de nuevas formas y canales de comunicación, consecuencia de la Sociedad de la Información en la que vivimos, hace que se tenga que estar siempre revisando estas recomendaciones y otras nuevas que puedan surgir en torno a la realidad migratoria. Nunca debe darse por finalizada esta tarea.

### **ENFOQUES** 📍

Abordar las realidades migratorias sin dar protagonismos a circunstancias problemáticas que no aportan valor a la noticia. No hacer uso de enfoques criminalizadores, deshumanizantes, estereotipados, que construyan una realidad sesgada de las migraciones. Mostrar encuentros locales y personales que visibilicen los vínculos de las personas migrantes con las comunidades, así como los aportes y oportunidades que generan. Revisar la mirada como profesionales de los medios, evitar adaptar una mirada etnocéntrica hacia las migraciones.

### **CONTEXTO** 📖

Las dinámicas migratorias cambian constantemente, condicionadas por múltiples factores. Los profesionales de los medios tienen la responsabilidad de contextualizar los hechos, y en concreto, las cuestiones que rodean el hecho de migrar. Sin contexto, el público no puede entender los sucesos, ni empatizar con las personas migrantes, lo que puede sentar la base de actitudes negativas hacia las migraciones.

Algunas de las recomendaciones que se pueden tener en cuenta en este sentido son: ofrecer espacio necesario en los productos comunicativos que permitan profundizar en las explicaciones, causas y consecuencias de los hechos; promover la concreción en los hechos, mencionando el lugar, año y otros datos de relevancia informativa; realizar un análisis interseccional de las realidades migratorias; tener presente las múltiples facetas de las migraciones a nivel internacional, nacional, regional y local; permitir a las personas migrantes contar sus historias de vida.

<sup>153</sup> OIM. (2018).

<sup>154</sup> OIM. (2017).

<sup>155</sup> OBERAXE. (2008).

## VISIÓN EQUILIBRADA

Se debe procurar retratar las realidades apostando por una visión equilibrada de las migraciones. Esta labor será esencial para prevenir imaginarios negativos sobre las migraciones.

En este sentido, se debe apostar por contar con diversos puntos de vistas y evitar un protagonismo descompensado de estas fuentes. También garantizar un equilibrio entre las historias protagonizadas por hombres y mujeres, tanto en los textos, las imágenes como en las fuentes. Finalmente, asegurar dar voz a todos los actores implicados en la realidad migratoria: migrantes, familiares de migrantes y su entorno, diásporas, población de acogida, sociedad civil, organizaciones internacionales, formuladores de políticas, especialistas, investigadores, académicos, autoridades locales, etc.

## TERMINOLOGÍA

Prestar especial atención a los términos que se emplean para informar sobre las migraciones. Evitar vocablo alarmista, criminalizador, militar, deshumanizador, tales como “ilegales”, “sinpapeles”, “avalancha”, “oleada”, “neutralizados”, etc.

Conocer la terminología migratoria y utilizarla con precisión, para evitar confusiones y prejuicios. Las personas que migran son ante todo seres humanos, y en un ejercicio de humanizar la realidad migratoria no se debe dejar atrás este enfoque humanista.

## NACIONALIDAD

Es importante valorar cuándo la nacionalidad adquiere este valor informativo y cuando no. Aportar esta información en la mayoría de las ocasiones se convierte en un hecho irrelevante que alimenta generalizaciones y estereotipos.

## OTREDAD

Los medios de comunicación construyen con frecuencia un imaginario dividido entre “ellos”, las personas migrantes, y el “nosotros”, quienes no lo son. Ante esta polarización, es necesario despertar una mirada crítica y honesta a las cuestiones que rodean la complejidad del hecho migratorio. Los profesionales del sector deben hacer un ejercicio constante, revisando sus enfoques y evitando, dentro de sus posibilidades, estas construcciones.

Se debe apostar por mostrar a las personas en situaciones cotidianas que ponga en valor lo que nos une y no lo que nos separa; así como evitar hacerse eco de particularidades como la nacionalidad, la religión o la etnicidad de una persona cuando no aporte información de relevancia.

## **ANONIMATO** 🗑️

Respetar el anonimato de las personas en movimiento y hacerlas partícipes del trabajo que se está realizando sobre ellas; deben ser ellas las que valoren si desean ser mencionadas y aparecer. Recordar que su intimidad y privacidad son derechos universales.

## **MEDICIÓN EL IMPACTO** 📊

La responsabilidad social de los profesionales de la comunicación es crucial cuando abordan la realidad migratoria. Su labor honesta de reflejar la realidad puede influir en las actitudes que la ciudadanía tenga hacia la población. Informar, sensibilizar o entretener se encuentran entre sus labores, pero esto debe realizarse siempre bajo los estándares éticos de la propia profesión.

Algunas de las recomendaciones para medir el impacto pueden ser las siguientes: no compartir información que pueda exponer a la persona migrante o a las que se encuentran en movimiento, tales como procedencia, nombre, residencia actual, rutas de tránsito u otra información que pueda resultar sensible; analizar la participación de personas en situaciones de riesgo (LGTBIQ+, víctimas de trata o tráfico de personas, víctimas de violencia sexual o de género, etc.) sin antes evaluar si con esto pueden ser expuestas a una situación de riesgo mayor; e igualmente, explicarle la difusión y el impacto que tendrá su participación.

## **PARTICULARIDADES** 👍

Pretender asociar a las personas migrantes y los hechos migratorios a cuestiones particulares, es ignorar su riqueza, y puede tener como consecuencia contribuir a la creación de estereotipos. Los profesionales de la comunicación deben huir del enfoque reduccionista, exótico y de elementos anecdóticos, rutinarios o superfluos, y trabajar en ampliar su mirada intercultural hacia las migraciones.

## **PREVENCIÓN DE ESTEREOTIPOS** 🏠

Las personas migrantes, en general, están expuestas a ser estereotipadas en artículos informativos, cartelería, ilustraciones, videojuegos o series de televisión. Los profesionales de la comunicación deben hacer una revisión constante a sus miradas con el objetivo de prevenir estos estereotipos.

Algunas de las recomendaciones para medir el impacto pueden ser las siguientes: entender que cada persona es única y no tiene por qué identificarse con asunciones culturales particulares simplemente por su nacionalidad, género o edad; adquirir una mirada interseccional hacia las migraciones, que permita una visión más amplia de la realidad. Igualmente, cuando se haga uso de ideas concretas referidas a determinados grupos de la población, acompañarlas de una clara fundamentación basada en datos e información sólida y contrastable; evitar fomentar imágenes donde se representa a las mujeres en situaciones de vulnerabilidad, y en el caso de suceder, analizar si los hombres igualmente están expuestos a esta vulnerabilidad, y en el caso de no ser así, buscar los motivos y valorar exponerlos.

## **IMAGEN**

Las imágenes tienen mayor capacidad de captar la atención del público que los textos. En ocasiones, es el único compromiso que las personas adquieren frente a la información: ver la foto y/o leer el titular. Es por que juega un papel crucial a la hora de reflejar la realidad que nos rodea. Adquiere mayor relevancia en el diseño gráfico o los videojuegos.

Ante esto, es importante entender que no es necesario fotografiarlo todo, cuando no sea posible, expliquemos el motivo, la ciudadanía podrá entenderlo. Igualmente entender que hay cuestiones particulares a las migraciones que pueden resultar difíciles de retratar, como puede ser la realidad de las personas migrantes fallecidas. En este sentido, analice formas alternativas de fotografiar el hecho sin necesidad de mostrar rostros o cuerpos. Evitar el uso de imágenes de archivos para ilustrar noticias que no correspondan con la actualidad. Solicite el consentimiento expreso de la persona para el uso de las imágenes e informe de la finalidad de su uso.

Promover una mirada ética sobre las migraciones a través de la imagen es posible poniendo en prácticas algunas de las siguientes recomendaciones: buscar referencias sobre la realidad que se desea retratar, especialmente en cartelería, publicidad, videojuegos. Hace un esfuerzo por representar la diversidad desde diferentes miradas: género, edad, cuerpo, etnia; tener en cuenta que las palabras abstractas como construcciones sociales son complejas de fotografías o ilustrar y propensas a estereotipar. No olvidar, en ningún caso, solicitar el consentimiento expreso e informado de cualquier persona migrante que vaya a ser fotografiada.

## **ROLES DE GÉNERO**

Evitar reforzar los roles de géneros en entrevistas, fotografías, publicidad, diseños gráficos o videojuegos, entre otros. Hacerlo puede favorecer la inclusión de las personas migrantes en la sociedad y contribuir a derribar los obstáculos que con frecuencia enfrentan, especialmente las mujeres.

Afianzar la creación de productos comunicativos sensibles a la diversidad en identidad de género y orientación sexual, deben ser reconocidas igualmente como fuentes de información y de referencia. Visibilizarlas es esencial para su reconocimiento ante las instituciones y la propia ciudadanía.

## **DATOS**

Cualquier profesional de la comunicación debe hacer uso de datos precisos, contrastados y ponerlos en contextos. Debe apostar por analizar los datos desagregados por sexo, género, profesión, edad, etc., y ponerlos en perspectiva. Esto podrá ayudar a cualquier profesional a identificar realidades no visibles ante la cámara y que merezcan su atención. En el caso particular del empleo de datos desglosados por sexo y género, en el caso de no existir, preguntarse los motivos.

Un buen uso de los datos puede contribuir a neutralizar la desinformación, reducir los estereotipos y combatir los discursos de odio.

## **PERSONAS MIGRANTES COMO FUENTES** 📌

Considerar a las personas migrantes como fuente de información debe ser esencial para cualquier profesional de la comunicación, ya sea tanto para la elaboración de productos informativos como de entretenimiento. Si bien, en ocasiones, los medios no las tienen en cuenta como fuentes de información<sup>156</sup>, estas pueden aportar información de valor sobre sus propias experiencias y enriquecer la mirada de cualquier trabajo.

Tomarse el tiempo para sostener una conversación extensa con tal de tener una mejor idea de la historia de vida de las personas y sus proyectos migratorios. Evitar realizar preguntas que puedan ser entendidas como discriminatoria; ya de por sí las personas migrantes han experimentado discriminación a lo largo de su proceso migratorio.

Las personas migrantes son ciudadanía de pleno derecho y tienen el derecho de aportar, participar, opinar y formar parte en programas de entretenimiento, películas, tertulias, concursos, etc.

## **OTRAS FUENTES** 📍

Si bien los datos y las propias personas migrantes pueden arrojar una idea más certera de la realidad migratoria, las fuentes de información sobre la cuestión van más allá.

La academia, instituciones públicas y privadas, actores del ámbito de salud, cooperación, economía, educación, entre otros, son referentes de información. Cualquier profesional de la comunicación debe construir una relación de confianza con sus fuentes para mantener un diálogo permanente con ellas.

Valorar igualmente la riqueza de la información que aportan las fuentes a diferentes niveles: desde lo global a lo local. Tampoco olvidar atribuir la autoría de las fuentes, no hacerlo puede contribuir a la desinformación y los rumores. Por último, evitar dar voz a las percepciones sociales de la ciudadanía, con riesgo a legitimar imágenes no honestas con la realidad.

## **COMPROMISOS INTERNACIONALES** 🗨️

Mencionar los Derechos Humanos, el Pacto Mundial para una Migración Segura, Ordenada y Regular o los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 es una apuesta por visibilizar y recordar los compromisos internacionales asumidos por los Estados. Vincular los productos comunicativos con estos compromisos es una apuesta por defender los derechos y el rol activo de las personas migrantes en la sociedad.

---

<sup>156</sup> Rodríguez Borges. (2010), p. 344.

## **ENTORNOS INCLUSIVOS** 😊

Las empresas y las escuelas deben apoyar la formación y sensibilización a la cuestión migratoria para fomentar una mirada crítica e intercultural en quienes la retratan. En esta línea, deben fomentar la incorporación de profesionales migrantes en sus plantillas en una apuesta clara por crear entornos laborales más diversos e inclusivos que sirvan de base para la construcción de contenidos éticos con las migraciones.



© OIM 2023 / Alexey SHIVRIN

# Dinámicas

Nº dinámica:

## 25

### Descripción de la dinámica

El alumnado deberá reconocer una serie de dibujos que se realizarán en una pizarra o papelógrafo. Previamente, el profesorado habrá escogido a cinco integrantes de la clase. Cada uno de ellos deberán representar una de las siguientes palabras: televisión, radio, mapa, nación, democracia y migración.

La idea fuerza de la dinámica es poder reflexionar sobre la facilidad y complejidad de determinadas palabras y realidades a la hora de ser representadas en los medios. Por lo tanto, una vez realizada la dinámica se aconseja canalizar el debate con algunas de las siguientes preguntas: ¿Por qué resulta más fácil identificar el dibujo de una radio que el de la palabra nación? ¿Se puede representar las migraciones en una sola imagen? ¿Por qué? ¿Qué papel tienen los profesionales de la comunicación a la hora de seleccionar imágenes para informar las realidades migratorias? ¿Se puede fomentar estereotipos a través de una ilustración?

### Objetivos

- ✓ Reflexionar sobre la visión de las migraciones a través de las imágenes.
- ✓ Prevenir el fomento de estereotipos sobre las personas migrantes en las imágenes.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la construcción de imágenes éticas sobre las migraciones.

### Requisitos

- ✓ Pizarra o papelógrafo, en su defecto proyector con acceso al ordenador y programa de dibujo como Paint.

Ficha adicional: No

## Dinámicas

Nº dinámica:

**26**

### Descripción de la dinámica

El alumnado deberá profundizar en algunas de las cuestiones que se plantean en la ficha adicional de cara a la producción de un reportaje informativo. Para ello, deberán dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles serían las preguntas que realizaría?
- ¿Qué imagen emplearía?
- ¿A qué fuentes acudiría?
- ¿Qué impacto, tanto positivo como negativo, puede tener la publicación del reportaje?
- ¿Cuáles son los vínculos con los Derechos Humanos, la Agenda 2030 o el Pacto Mundial para la Migración?

Del mismo modo, podrá elegir sus propias propuestas, alternativas a las que se plantean en la ficha adicional.

Una vez desarrollada la dinámica, se invitará al alumnado a analizar cómo han dado respuesta a las preguntas planteadas.

### Objetivos

- ☑ Analizar las principales recomendaciones a la hora de abordar trabajos informativos sobre las migraciones.
- ☑ Fomentar la elaboración de contenidos informativos éticos con las realidades migratorias.

### Requisitos

- ☑ N/A

Ficha adicional: Sí



Dinámica 26

**FICHA**



**PROPUESTA N° 1**

El emprendimiento de las personas jóvenes migrantes en sus países de origen



**PROPUESTA N° 2**

El papel de las mujeres migrantes en los sectores productivos en España



**PROPUESTA N° 3**

El aumento de los discursos de odio online contra la población migrante



**PROPUESTA N° 4**

La representación étnica en series y películas en las plataformas digitales

## Dinámicas

Nº dinámica:

**27**

### Descripción de la dinámica

En función de una serie de propuestas de trabajo relacionados con la comunicación, ver ficha adicional, el alumno deberá identificar, al menos, tres fuentes de información a las que puedan consultar para llevar a cabo de forma ética las iniciativas que se plantean.

Una vez se haya dado respuestas a la ficha adicional, se recomienda poner en común las fuentes identificadas y profundizar en la riqueza existente de fuentes de información para abordar la realidad migratoria y en la importancia de hacer uso de ellas.

### Objetivos

- ✓ Identificar fuentes de información sobre las migraciones.
- ✓ Promover una mirada crítica e intercultural al uso de las fuentes de información.
- ✓ Profundizar en la importancia del uso de fuentes de información en el área de la publicidad, el diseño gráfico y lo audiovisual.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: Sí

## FICHA



### Serie TV

Una productora está desarrollando el guion de una serie de televisión que refleja la historia de un grupo de personas que han migrado desde África hasta Europa.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



### Spot publicitario

Un ente público quiere llevar a cabo una campaña de sensibilizar que ponga en valor el papel activo que juega las personas migrantes, y la diáspora, en los barrios.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



### Videojuego

Una empresa de desarrollo de videojuegos está elaborando uno centrado la travesía que muchas personas deben afrontar cuando migran.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_



### Obra de teatro

Una compañía de teatro está ideando una obra que narre la historia de un grupo de jóvenes migrantes en su lucha por hacerse un hueco en la industria musical.

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

fuelle: \_\_\_\_\_

## Dinámicas

Nº dinámica:

**28**

### Descripción de la dinámica

El alumnado deberá idear tres propuestas que den respuesta a la necesidad de representar la diversidad en un spot publicitario. A través de este se quiere poner en valor la interculturalidad en la sociedad actual.

Transcurrido el tiempo establecido, se invitará al alumnado a poner en común sus respectivas propuestas e identificar de forma colectiva aquellas que puedan considerarse buenas prácticas.

### Objetivos

- ✓ Analizar el impacto de la imagen sobre las migraciones.
- ✓ Prevenir el fomento de estereotipos sobre las personas migrantes.
- ✓ Identificar buenas prácticas en la representación visual de la diversidad.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: No

## **MÓDULO V**

# DESINFORMACIÓN, ESTEREOTIPOS Y DISCURSOS DE ODIOS EN EL CONTEXTO DE LAS MIGRACIONES

Desinformación  
Estereotipos  
Discursos de odio



# Desinformación

En el contexto de las migraciones, los daños causados por la desinformación se vinculan principalmente con el discurso de odio y la xenofobia, los cuales promueven la discriminación y la hostilidad hacia las personas migrantes<sup>157</sup>.

Para entender mejor la realidad que rodea la desinformación, se deben conocer los principales elementos que la integran, así como sus respectivas definiciones. Hay que tener presente que los conceptos evolucionan, se amplían e, incluso, surgen nuevos.

A continuación, se exponen las principales definiciones de los elementos que rodean la desinformación<sup>158</sup>:

- **Desinformación:** “Información falsa que se crea y difunde deliberadamente”.
- **Información errónea o incorrecta:** “Información falsa que se crea o difunde por error”<sup>159</sup>.
- **Vacío de información:** “Tema destacado sobre el que no existe información fiable”.
- **Efecto de la verdad ilusoria:** “Tendencia a creer una información falsa tras una exposición reiterada”.
- **Actores malintencionados:** “Personas que intencionalmente crean y propagan desinformación”.
- **Campaña coordinada:** “Red de actores malintencionados que cooperan para manipular la opinión pública”.
- **Amplificadores:** “Personas influyentes que difunden desinformación en sus redes”.
- **Medios hiperpartidistas:** “Medios de comunicación con un marcado posicionamiento ideológico”.
- **Contenido ficticio:** “Información que es íntegramente falsa”.
- **Contenido manipulado:** “Información auténtica que ha sido tergiversada”.
- **Contenido descontextualizado:** “Información auténtica que ha sido extraída de su contexto original”.

<sup>157</sup> OIM, 2022a, pp. 225-243.

<sup>158</sup> Ibid., p. 227.

<sup>159</sup> Este concepto podría entenderse fuera de los que integran la desinformación al no conllevar un interés malintencionado.

- 📍 **Daños de la desinformación:** “Efectos negativos de la desinformación en personas, grupos y sociedades”.
- 📍 **Deepfakes:** “Es una producción mediática (fotografía, audiovisual o sonora) manipulada o generada desde cero mediante sistema de inteligencia artificial”<sup>160</sup>.

### El proceso de la desinformación



Fuente: OIM, 2022

La desinformación comprende varias fases consecutivas y entraña la participación de diversos actores. La construcción de la desinformación se basa en la creación y difusión de contenido por parte de actores malintencionados que utilizan las plataformas mediáticas para distribuir y promocionar sus mensajes. Posteriormente, el público destinatario valorará estos contenidos para seguidamente compartirlos y, por lo tanto, propagar la desinformación.

En esta primera fase, los actores malintencionados se caracterizan por su intención de engañar o manipular la población. Estos pueden ser Estados, empresas, movimientos sociales o personas, y sus motivaciones van desde intereses políticos, ideológicos hasta financieros. En la segunda fase, se encuentran las plataformas, cruciales para aumentar o disminuir la propagación de la desinformación en sus entornos.

Finalmente, en la tercera, y última fase, está el público destinatario, sin él la desinformación no tendría mayor recorrido, de ahí la importancia que adquieren los mensajes que interpelan a la ciudadanía y logran encontrar un público receptivo que la apoye o comparta. El contenido de la desinformación apela con frecuencia a los prejuicios que los públicos destinatarios ya tienen, y utiliza mensajes de gran carga emotiva para provocar su reacción<sup>161</sup>.

<sup>160</sup> Elias y Teira, 2021, p. 105.

<sup>161</sup> OIM, 2022a, p. 230.

## Factores que impulsan la desinformación sobre migraciones

Son muchos los factores que impulsan la desinformación sobre las migraciones, en estas líneas se exponen algunos de ellos. Apostar por una revisión crítica al pasado y una mirada intercultural a las migraciones y al consumo de información en la actualidad, puede alimentar un debate enriquecedor que permite profundizar en la cuestión.

La existencia de determinados grupos políticos y mediáticos alimentan la retórica antiinmigración y se dedican a manipular la información relativa a las migraciones es uno de los principales factores que caracterizan la desinformación<sup>162</sup>. A esto se le suma la gran carga emotiva de sus mensajes y la tergiversación que hacen de los datos, destinados a provocar indignación entre la ciudadanía<sup>163</sup>. Estos factores, propulsados por el populismo, caldean la polarización social sobre las migraciones, a través de la cual permea la desinformación.

La propagación de la desinformación en las plataformas online debido al reducido control que existe sobre los contenidos que se publican y que se dirigen hacia las personas migrantes. El público cada vez consume más información en las redes sociales, frente a los medios tradicionales.

Igualmente, existen otros factores, más vinculados con aspectos sociales y culturales de las personas que consumen y comparten la desinformación. Entre ellos destacan los conocimientos, experiencias y prejuicios que sobre las personas migrantes tienen, así como la voluntad o la capacidad que tienen a la hora de examinar la información con carácter crítico. A esto se suma el carácter de autoexpresión del público, inclinado a consumir información partidaria a sus propias opiniones y que refuerzan su sentimiento de pertenencia a determinados grupos políticos, así como la necesidad existente de advertir al entorno de hechos alarmantes y que, con frecuencia, se vinculan a las migraciones.



© OIM / Sibylle DESJARDINS

<sup>162</sup> OIM, 2022a, p. 225.

<sup>163</sup> Ibid.



## Identificación de la desinformación

Parte de los elementos que caracterizan la desinformación en los medios digitales resultan elementos comunes a la manifestación de la desinformación en otros canales, soportes y mensajes. Algunos de estos elementos pueden ser los siguientes<sup>164,165</sup>:

- 🔴 **Titular o llamada a la acción:** Empleo de titulares o llamadas a la acción atractivos para captar la atención del público pero que proporcionan muy poca o nada de información sobre el hecho que anuncia o lo exageran. Estos contenidos suelen ir acompañados de cebos o clickbaits, destinados a conseguir que el lector haga clic en el enlace, lo que reportará diversos beneficios al medio.
- 🔴 **Autoría:** Los contenidos malintencionados que buscan tener un alto impacto pueden no reflejar su autoría, este puede ser una alerta de desinformación.
- 🔴 **Fuentes:** El hecho de no contar con fuentes o que estas no sean precisas puede plantear la duda de la veracidad de la información. Igualmente, hacer mención a estudios sin citar el título, autoría o procedencia, así como no hacer uso de un enlace externo, en el caso de ser un artículo web.
- 🔴 **Confianza:** La información debe ser honesta, y en ese trabajo de honestidad, debe apostarse por ofrecer información objetiva, alejada de comentarios y reflexiones personales.
- 🔴 **Generalizaciones:** Información que con frecuencia tiende a establecer generalizaciones sobre cuestiones complejas, como puede ser la realidad migratoria.
- 🔴 **Anuncios:** Puede darse el caso de que la información a la que se accede esté replicada de contenido publicitario. El uso de una carga muy elevada de anuncios publicitarios se encuentra relacionada con la desinformación. Algunos medios, especialmente digitales, cuentan con estrategias publicitarias férreas como poner anuncios sobre el titular o parte de la información, para forzar a hacer clic en él, hacer uso de anuncios pop-up al hacer scroll, o generar distracciones durante la lectura del artículo con la aparición de vídeos u otro contenido.

## Combatir la desinformación

Combatir la desinformación no es cosa exclusiva de los profesionales de la comunicación, tal y como se verá, a continuación, requiere el esfuerzo e implicación de múltiples agentes y en general de toda la ciudadanía<sup>166</sup>:

---

<sup>164</sup> Zhang y otros, 2018.

<sup>165</sup> El artículo "A Structured Response to Misinformation: Defining and Annotating Credibility Indicators in News Articles" ofrece un amplio análisis y propuesta de los elementos que conforman la credibilidad dentro de un artículo informativo. En el presente manual tan solo se recoge algunos de los elementos propuestos en el artículo.

<sup>166</sup> OIM, 2022a, pp. 235-241.

#### 1. CITAR EL HECHO

Comenzar citando el hecho correcto, si es claro, breve y fácil de recordar - usar lenguaje simple, correcto y plausible, que “encaje” en la historia.

#### 2. ADVERTIR SOBRE EL MITO

Advertir de antemano de la existencia de un mito. Mencionarlo una sola vez.

#### 3. EXPLICAR LA FALACIA

Explicar de qué manera engaña el mito.

#### 4. REITERAR EL HECHO

Concluir reforzando el hecho - varias veces si es posible. Preocuparse de que ofrezca una explicación causal distinta a la del mito.

Fuente: OIM, 2022.

### CORRECCIONES ✕

Las rectificaciones concisas y repetidas pueden reducir las ideas erróneas sobre las migraciones y, en concreto, los efectos de la desinformación. Estudios recientes indican, además, que rectificar la desinformación ayuda, por una parte, a reducir las actitudes negativas sobre las personas migrantes y, por otra, a concienciar sobre las realidades migratorias. No obstante, no es suficiente con corregir una información, los profesionales de la comunicación deben ofrecer una explicación que ayude a entender al público los hechos y porque determinada información es errónea.

Una táctica que puede emplearse para combatir la desinformación desde los medios es la siguiente: comenzar dando la información correcta, luego explicar la existencia de un mito o desinformación vinculada al hecho en cuestión e incidir en por qué es incorrecta, finalmente concluir repitiendo la información correcta.

### SENSIBILIZACIÓN ♥

Tanto los profesionales de la comunicación como otros agentes de cambio tienen el poder de generar conocimiento que advierta de la existencia de la desinformación y el impacto que este tiene en la sociedad. Si las personas aprenden a reconocer las tácticas de manipulación y poseen la información correcta, serán capaces de rechazar con mayor frecuencia la desinformación.

### PAUSA Y REFLEXIÓN ⌚

Simplemente invitando al público a detenerse a reflexionar sobre la exactitud de la información que están consumiendo, lo que puede mejorar notablemente su capacidad de rechazar la desinformación y reducir también su deseo de compartirla. El carácter de instantaneidad del consumo de información en las plataformas digitales plantea un desafío en esta cuestión, ya que es ahí donde la desinformación más se propaga. En parte esto sucede por el tipo de consumo de información que se hace en ellas, caracterizado principalmente por la instantaneidad.

## **FUENTES Y DATOS** 📄

Las correcciones sobre la desinformación suelen contar con fuentes expertas que proporcionan la solidez y la confianza necesaria para neutralizar los bulos. No obstante, esto no siempre sucede, pues la confianza de una fuente de información no se construye exclusivamente en base a su competencia técnica, sino también en base a su ética profesional.

Por ello, los profesionales de la comunicación deberán valorar, en función del contexto, cuáles son las fuentes de información y los datos más idóneos para combatir la desinformación. En ocasiones, estas serán autoridades oficiales, como los gobiernos o las organizaciones internacionales, en otras los relatos en primera persona de las personas migrantes protagonista de sus historias.

## **ACCESIBILIDAD Y FORMATOS** 📁

La información, sobre todo aquella que pretende neutralizar un bulo, debe ser accesible al público destinatario. La adaptación de contenidos a otros formatos y canales, como una pieza gráfica para redes sociales o vídeo, puede aumentar la probabilidad de que el público objetivo reciba y comparta la información. Esta si es visual o gráfica resulta más atractiva y asequible que un texto. Hay estudios que indican que las correcciones tienen mayor impacto cuando se utilizan formatos visuales.



© OIM 2017 / Muse MOHAMMED

# Dinámicas

Nº dinámica:

# 29

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá redactar un artículo corrigiendo la desinformación que se analiza en la ficha adicional a esta dinámica. Para ello, podrá basarse en la propuesta que se realiza en la narrativa de este apartado:

### 1. CITAR EL HECHO

Comenzar citando el hecho correcto, si es claro, breve y fácil de recordar - usar lenguaje simple, correcto y plausible, que “encaje” en la historia.

### 2. ADVERTIR SOBRE EL MITO

Advertir de antemano de la existencia de un mito. Mencionarlo una sola vez.

### 3. EXPLICAR LA FALACIA

Explicar de qué manera engaña el mito.

### 4. REITERAR EL HECHO

Concluir reforzando el hecho - varias veces si es posible. Preocuparse de que ofrezca una explicación causal distinta a la del mito.

Fuente: OIM, 2022

## Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de desinformación.
- ✓ Analizar algunos de los rumores que rodean las personas migrantes.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la neutralización de la desinformación.

## Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: Sí

## FICHA

### ✍️ **La noticia**

Cientos de inmigrantes ilegales recién llegados a la isla de Lampedusa han provocado numerosos incidentes en la zona tras su llegada. Parte de este grupo de sin papeles se enfrentaron a las fuerzas del orden causando el caos, según muestra recientes pruebas gráficas, entre ellas vídeos, publicados en una conocida red social. Fuentes consultadas a este medio, han confirmado los hechos, causados en la tarde de ayer.

### ✖️ **Las correcciones:**

- ➔ Los vídeos publicados en la red social X no corresponden al año 2023, sino a 2021.
- ➔ Los sucesos que aparecen en los vídeos no tuvieron lugar en la citada isla, sino en Mondolfo, en la región central italiana de Las Marcas, según la búsqueda inversa de imágenes, utilizando para ello algunos fotogramas de los vídeos.
- ➔ El segundo de los vídeos apunta a que fue grabado en Stuttgart, y no en Lampedusa.
- ➔ No indicios ni pruebas que apunten a que se haya producido ningún fuerte altercado, tales como peleas, por parte de las personas migrantes recién llegadas a la isla en los últimos meses.

## Dinámicas

Nº dinámica:

**30**

### Descripción de la dinámica

El periodista analista de datos de El País, Kiko Llaneras, aborda en el vídeo “Cómo navegar la guerra de Ucrania ante la desinformación” algunos elementos clave que conforman la desinformación en un contexto de crisis. Se invita a visualizar el vídeo para posteriormente generar un debate que sirva de introducción a la temática de la desinformación:

Vídeo: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Escanea el código QR para ver el vídeo:



Finalizada la visualización, se puede emplear algunas de las siguientes preguntas para animar el debate: ¿Qué elementos analiza el periodista para saber si la información es veraz? ¿Cómo detecta que hay que un bulo detrás de una noticia? ¿Cuán fácil es manipular los datos? ¿Qué papel juega la inteligencia artificial en la desinformación? Como preguntas de cierre para el alumnado: ¿Cuáles deben ser los principios de cualquier profesional de la comunicación para evitar promover la desinformación? ¿De qué forma cree que la desinformación puede afectar a la población migrante?

### Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de la desinformación.
- ✓ Profundizar en los elementos que conforman una información veraz.
- ✓ Detectar los elementos que integran la desinformación.
- ✓ Analizar el impacto de la desinformación en las personas migrantes.

### Requisitos

- ✓ Proyector
- ✓ Ordenador o dispositivo móvil
- ✓ Acceso a Internet

Ficha adicional: No

# Estereotipos

Los profesionales de la comunicación a la hora de abordar las realidades migratorias deben asumir un compromiso de revisión constante de sus enfoques con el objetivo de prevenir que aparezcan estereotipos en sus trabajos o de adquirir actitudes prejuiciosas o discriminatorias. Es vital construir una mirada crítica e intercultural cuando se informa o narra las historias de vida o hechos relacionados con las personas migrantes. Un primer paso para adquirir esta mirada es afianzar los conceptos de estereotipos, prejuicio y discriminación:

- **Estereotipos:** Son imágenes generalizadas respecto de una persona o grupo de personas formadas en la mente. En cierta medida, ayudan a organizarse en la diversidad del mundo y a dar una guía general de cómo dirigirse ante aquello que resulta desconocido. Son procesos reduccionistas donde se busca seleccionar, categorizar y generalizar poniendo especial énfasis en algunos atributos en detrimento de otros<sup>167</sup>. Existen infinidad de estereotipos y estos pueden variar en función del país, su cultura e historia.

Por lo tanto, los estereotipos se consideran construcciones sociales sobre ideas que se reproducen socialmente. Responden a un contexto socioespacial y temporal determinado, por ello se dice que, una vez identificados como no representativos de la realidad, pueden cambiar a través de la interacción social y el aprendizaje deconstructivo.

*Ejemplo: “Las personas bolivianas hablan castellano, pero lo hablan muy bajito”.*

- **Prejuicio:** “Se manifiestan en la actitud tomada hacia una persona o grupo de personas, y esta decisión de conducta se fundamenta en el contenido de un estereotipo”<sup>168</sup>.

*Ejemplo: “Las personas bolivianas hablan castellano, muy bajito, pero creo que por esta razón nunca terminan de comprender lo que les explicamos por mejores que sean nuestras intenciones”*

- **Discriminación:** “Cuando esa actitud influye en la toma de decisiones sobre cuestiones que atañen a esa persona (o ese grupo) los prejuicios constituyen la base de un acto de discriminación. La discriminación es la puesta en práctica de aquello que los prejuicios sugieren”<sup>169</sup>.

<sup>167</sup> OIM, 2017, p. 20.

<sup>168</sup> Ibid.

<sup>169</sup> Ibid.

*Ejemplo: “Las personas bolivianas hablan castellano, muy bajito, creo que nunca terminan de comprender lo que les explicamos, así que yo les digo lo que tienen que hacer una vez y si me vuelen a preguntar les voy a contestar mal porque no me están prestando atención; ¡qué se las arreglen!”.*

La desinformación acompañada todo el proceso de construcción de estereotipos, prejuicios y discriminación. Contar con información adecuada sobre cuestiones particulares relacionadas con las migraciones puede prevenir o reducir ideas y actitudes erróneas hacia las personas migrantes.

Los informativos, la prensa o incluso las series de televisión acercan la realidad de personas, culturas y hechos con los que otras personas no están en contacto y sobre los que, evidentemente, no pueden tener una idea clara sin ser previamente informados. En este sentido, nuestro conocimiento sobre muchas realidades es indirecto y mediático<sup>170</sup>. Así, los medios y sus profesionales juegan un papel crucial en prevenir y reducir los estereotipos sobre las personas migrantes.

Tal y como explicado anteriormente, los estereotipos, al ser construcciones sociales, siempre pueden deconstruirse y cambiar. Los estereotipos se construyen siempre en base a un contexto social, espacial y temporal, de ahí su carácter mutable<sup>171</sup>. De esta forma, se puedan dar cambios positivos relacionados con estereotipos, erradicándose algunos por quedar obsoletos, o incorporándose nuevos debido a un contexto social particular.

Un ejemplo lo encontramos en los Estados Unidos donde un estudio de la Universidad de Chicago<sup>172</sup> demostró que las personas encuestadas eran más propensas a sospechar que las personas migrantes de América Latina, África y Oriente Medio se encontraban en una situación administrativa no regular en los Estados Unidos, en comparación con las personas que migraban de otras regiones, como Asia y Europa. En realidad, las personas migrantes en el país provenían de todas las regiones del mundo. No obstante, el estudio señaló la existencia de estos estereotipos entre la población y como podían estar condicionando la inclusión de las personas migrantes, pues podían influir en las actitudes que tenían hacia ellos agentes de la autoridad, docentes, propietarios, agentes de contratación, etc.

Reiterar que los profesionales tienen un papel esencial a la hora de construir la imagen de las migraciones. Deben adquirir una mirada crítica e intercultural al entorno que les rodea para prevenir cualquier construcción o fomento de estereotipos sobre esta.

170 OIM, 2020c.

171 Berger y Luckmann, 2011, p. 39.

172 OIM, 2020c.



# Dinámicas

Nº dinámica:

# 31

## Descripción de la dinámica

La televisión danesa publicó el vídeo promocional de TV2 Denmark “All that we share” (Todo lo que compartimos) destinado a poner en valor el canal. El spot plantea una interesante reflexión sobre la identidad y la diversidad. Se propone proyectar el vídeo y posteriormente abrir un debate sobre la cuestión:

Vídeo: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Escanea el código QR para ver el vídeo:



Para animar el debate, el profesorado podrá guiarse por algunas de las siguientes preguntas: ¿Por qué no se menciona la nacionalidad o la etnicidad de las personas? ¿Qué relación existe entre este vídeo y los estereotipos? ¿Cómo cree que este vídeo se puede relacionar con los prejuicios y la discriminación?

## Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de “estereotipos”.
- ✓ Analizar el concepto de construcción social asociado a los estereotipos.
- ✓ Abordar el papel que juega los medios de comunicación en el desarrollo de estereotipos.
- ✓ Profundizar en los vínculos entre estereotipos y las personas migrantes.

## Requisitos

- ✓ Proyector
- ✓ Ordenador o dispositivo móvil
- ✓ Acceso a Internet

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

# 32

## Descripción de la dinámica

El alumnado deberá visualizar un spot publicitario donde se representa una persona vinculada con las personas migrantes. En él se fomenta un discurso xenófobo sobre las personas migrantes, además de realizarse una construcción de otredad en perjuicio de las migraciones:

Vídeo: [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

Escanea el código QR para ver el vídeo:



Una vez reproducido el vídeo, el profesorado invitará a aquellas personas que lo deseen a compartir sus impresiones sobre el vídeo. La intención es poder realizar un análisis de todos los elementos que aparecen en el vídeo susceptibles de crítica. Para profundizar en el debate se podrá emplear algunas de las siguientes preguntas: ¿Hay algún estereotipo en el anuncio? ¿Cuál? ¿Qué elementos hacen que se estén fomentando estereotipos positivos o negativos? ¿Qué papel juega en el vídeo el rol del médico, la mujer, y el menor? ¿Cómo harían este vídeo más ético, inclusivo y respetuoso con las personas migrantes?

## Objetivos

- ✓ Introducir el concepto de “estereotipos”.
- ✓ Abordar el papel que juega los medios de comunicación en el desarrollo de estereotipos.
- ✓ Profundizar en los vínculos entre estereotipos y migraciones.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la elaboración de contenidos publicitarios éticos sobre las personas migrantes.

## Requisitos

- ✓ Proyector
- ✓ Ordenador o dispositivo móvil
- ✓ Acceso a Internet

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

**33**

## Descripción de la dinámica

A través de esta dinámica, se propone al alumnado identificar un mínimo de cinco estereotipos relacionados con las personas migrantes. Una vez identificados, deberán construir unos contra argumentos para cada uno de los estereotipos.

Seguidamente, se invitarán a compartir los estereotipos identificados y los contraargumentos contruidos. Adicionalmente, el profesorado podrá abrir un debate con el objetivo de profundizar en el papel que juegan los profesionales de la comunicación en la cuestión: ¿Ha resultado fácil construir los contras argumentos? ¿Por qué razón? ¿Cree que la proliferación de nuevos medios, como las redes sociales, fomentan o reducen la creación de estereotipos? ¿Por qué? Como futuros profesionales de la comunicación, ¿Qué cree que puede hacer para no crear estereotipos o fomentarlos? ¿Cómo se pueden corregir los estereotipos en prensa, radio o una serie televisión?

## Objetivos

- ✓ Identificar estereotipos vinculados con las personas migrantes.
- ✓ Capacitar a futuros profesionales de la comunicación en la deconstrucción de estereotipos.
- ✓ Abordar el papel que los profesionales de la comunicación tienen en la construcción de estereotipos.
- ✓ Analizar buenas prácticas para la deconstrucción de estereotipos en los medios.

## Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: No

# Discursos de odio

Los medios de comunicación y sus profesionales desempeñan un papel crucial en la lucha contra los discursos de odio en las sociedades democráticas. Pueden hacer grandes contribuciones exponiendo, informando, criticando y condenando los discursos de odio, así como proporcionando canales y foros para contrarrestar estos discursos y contribuir al pluralismo y la cohesión social<sup>173</sup>.

Si bien no existe una definición jurídica internacional del discurso de odio y la descripción de lo que constituye “odio” resulta polémica y controvertida, las Naciones Unidas consideran que discurso de odio es “cualquier forma de comunicación de palabra, por escrito o a través del comportamiento, que sea un ataque o utilice lenguaje peyorativo o discriminatorio en relación con una persona o un grupo sobre la base de quiénes son o, en otras palabras, en razón de su religión, origen étnico, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género u otro factor de identidad. En muchos casos, el discurso de odio tiene raíces en la intolerancia y el odio, o los genera y, en ciertos contextos, puede ser degradante y divisivo”<sup>174</sup>.

Entender e identificar los discursos de odio, es tener presente los siguientes tres elementos<sup>175</sup>:

1. El discurso de odio se puede transmitir a través de cualquier forma de expresión, incluidas imágenes, dibujos animados, memes, objetos, gestos y símbolos, y se puede difundir online u offline (medios impresos, espacios públicos, discursos, etc.).
2. El discurso de odio es “discriminatorio” (parcial, fanático, intolerante) o “peyorativo” (en otras palabras, prejuicioso, despectivo o degradante) de un individuo o grupo.
3. El discurso de odio hace referencia a determinados elementos identitarios reales, supuestos o ficticios de un individuo o grupo en un sentido amplio: religión, etnia, nacionalidad, raza, color, ascendencia, género, pero también cualquier otra característica que transmita identidad, como como idioma, origen económico o social, discapacidad, estado de salud u orientación sexual, entre muchos otros.

Para tener una visión más clara y completa, conviene acercarse a los siguientes conceptos también:



**Xenofobia:** Si bien no existe una definición internacionalmente aceptada de

<sup>173</sup> Comisión Europea, 2022a.

<sup>174</sup> Naciones Unidas, s.f.b.

<sup>175</sup> Ibid.

“xenofobia”, esta puede definirse como “el conjunto de actitudes, prejuicios y comportamientos que entrañan el rechazo, la exclusión y, a menudo, la denigración de personas por ser percibidas como extranjeras o ajenas a la comunidad, a la sociedad o a la identidad nacional”<sup>176</sup>.



**Racismo:** “Cualquier teoría, doctrina, ideología o conjunto de ideas que enuncian un vínculo causal entre las características fenotípicas o genotípicas de individuos o grupos y sus rasgos intelectuales, culturales y de personalidad, incluido el falso concepto de la superioridad racial”<sup>177</sup>.

La raza es una construcción social, no es una cuestión natural o biológica. Así la noción de raza es una construcción social y un proceso histórico que se ha consolidado como cuestión estructural. El racismo es estructural porque se origina en los sistemas de dominación, se materializa en prácticas, valores y factores que fijan a las personas no blancas en posiciones de menor prestigio y autoridad en la sociedad.



**Delito de odio:** “Conductas ilícitas donde el autor se sirve de sus prejuicios e intolerancia hacia personas que poseen una característica o condición (real o percibida) diferente a él mismo, como el color de la piel u origen étnico, nacionalidad, orientación sexual o expresión de género, ideología o creencia religiosa, discapacidad u otro factor similar de los recogidos en el código penal español, dónde la víctima es elegida por su condición inherente. Los delitos de odio pueden ser, por lo tanto, cualquier delito que tiene por objeto a una persona o grupo de personas, o su patrimonio, por razón de estas características, menoscabando la dignidad de la persona e impidiendo el normal desarrollo de sus derechos más fundamentales. Con ello, se consigue fracturar el normal desarrollo de una sociedad democrática y cohesionada, dónde su riqueza radica en la propia diversidad de esta, en su pluralismo y en la igualdad”<sup>178</sup>.

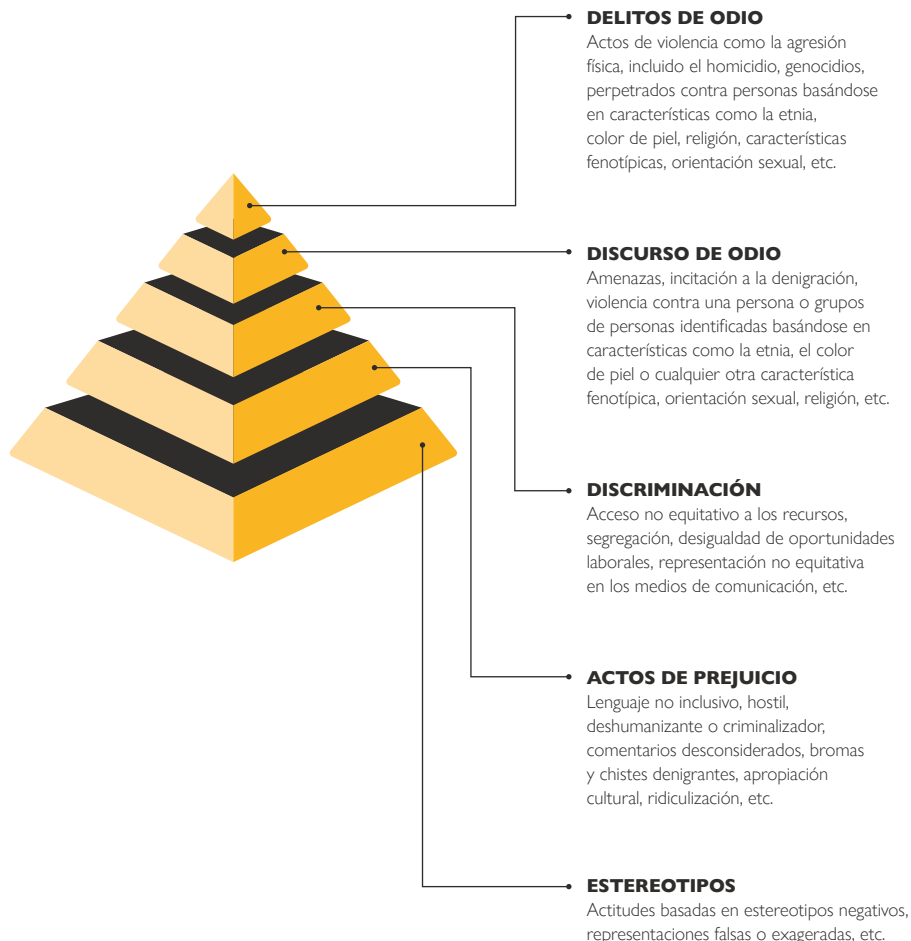
Los discursos y delitos de odio se construyen sobre la base de estereotipos, prejuicios y discriminación, de la mano de la desinformación y el desconocimiento sobre determinadas cuestiones. En este sentido, cobra protagonismo la propuesta de la pirámide del odio, la cual gráficamente muestra un conjunto de actitudes y actos que van en aumento desde la base hacia la cúspide de la pirámide<sup>179</sup>.

.....  
<sup>176</sup> OIM, 2020b, p. 256.

<sup>177</sup> OIM, 2020b, p. 185.

<sup>178</sup> Ministerio del Interior, 2022, p. 2.

<sup>179</sup> La figura es obra de la *Anti-Defamation League*, una organización creada en 1913 para parar la difamación del pueblo judío como forma de asegurar la justicia y sus derechos civiles y humanos. Adaptación de 2021 de la *Anti-Defamation League*.



## Grupos objetivo de discurso de odio<sup>180</sup>

### Personas migrantes

Tal y como recogen los datos, menos de un 4% de la población mundial es migrante internacional, es decir, en torno a 281 millones de personas viven fuera de su país de origen. Estas cifras, acompañadas de imágenes y datos sacados de contextos, han sido el caldo de cultivo para la generación de desinformación, bulos, ataques xenófobos y discursos de odio promovidos en la red.

<sup>180</sup> Naciones Unidas, s.f.b.

No obstante, es innegable que las migraciones en los últimos años han ocupado protagonismo en los medios de comunicación por diversas causas, ya sean por cuestiones políticas, económicas, sociales o culturales.

Con mayor frecuencia, se presenta a las personas migrantes, y también las personas refugiadas, como personas incapaces de adaptarse a las costumbres y la vida local, y se les asocia a actos criminales, mientras que se ignora su contribución positiva a las sociedades. Los estereotipos suben a la escena mediática reforzando prejuicios e ideas preconcebidas sobre una parte de la población, lo que acaba convirtiéndoles en objetivo de los discursos de odio.

### **Menores migrantes**

El foco de atención de la sociedad en general, los medios y determinados grupos políticos en las realidades que viven los menores que migran solo hace que estos se conviertan en un grupo fácil de los discursos de odio. Las redes sociales son ejemplo de ello, donde proliferan discursos antiinmigración hacia los menores migrantes<sup>181</sup>.

### **Minorías**

Junto con la población migrante, las minorías étnicas, religiosas o lingüísticas son objetivo recurrente del discurso de odio, incluido el discurso en línea. Aproximadamente el 70% de los delitos de odio van destinados a minorías. A esto habría que añadir que en muchas sociedades ya se encuentran en desventajas, principalmente por la falta de políticas que fomenten su integración en la comunidad.

### **Mujeres y niñas**

El discurso de odio y la desinformación basados en el género se utiliza para atacar y silenciar a las mujeres, en especial el discurso de odio que tiene su génesis en Internet y que promueve la autocensura, limitando las publicaciones en redes o, directamente, obligándolas a abandonar las plataformas. Esta violencia de género se manifiesta a través de expresiones de odio y comportamientos hostiles, sexistas o misóginos como amenazas o incitación a la violencia física o sexual.

### **LGTBIQ+**

Las personas lesbianas, gays, bisexuales, trans, intersexuales y las personas que no se ajustan a los estereotipos de género en general están habitualmente expuestas a discriminación, estigma, odio y abuso por su orientación sexual y/o su identidad de género. La sola percepción de que una persona puede identificarse con alguna identidad LGTBIQ+ puede ser suficiente para exponerla al discurso de odio. Motivos de moral, religión o valores tradicionales, entre otros, pueden poner en riesgo a las personas LGTBIQ+, más en función del contexto sociopolítico y cultural de cada país.

<sup>181</sup> El Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE) llegó a detectar un aumento considerable de discursos de odio en las redes sociales dirigidos a los menores migrantes. En algunos periodos, esto ha supuesto más del 30% del total de los discursos de odio registrados. El Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE). Boletines de monitorización del discurso de odio. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. [www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/ejes/discursoodio/index.htm](http://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/ejes/discursoodio/index.htm) (consultado el 5 de septiembre de 2023).

La discriminación que puede sufrir una persona LGTBIQ+ puede agravarse además por otros factores identitarios como pueda ser el hecho de pertenecer a un grupo minoritario, ser persona migrante o refugiada, por diversidad funcional, etc.

### **Profesionales de la comunicación**

Es la propia UNESCO (2019) quien destaca como una tendencia preocupante el “uso predominante de una retórica hostil hacia los medios, así como el descrédito de reportajes periodísticos veraces y de interés periodístico” por parte de líderes influyentes. Estas narrativas contra la información socavan la confianza colectiva en los medios y sus profesionales, en algunos países incluso lo han fomentado con el objetivo de desacreditar a los profesionales, los medios y deteriorar la confianza del público en ellos. Los profesionales de la comunicación ven, en ocasiones, restringida su libertad de expresión, reciben amenazas y/o sufren dificultades para acceder a la información en determinados contextos.

### **Los obstáculos del discurso de odio<sup>182</sup>**

En la actualidad, aún existen barreras que condicionan la lucha contra los discursos de odio. Entre algunos de estos obstáculos, se pueden encontrar los siguientes:

- No hay una definición universal de discurso de odio, lo que dificulta el estudio de este fenómeno a escala global.
- Existen diferentes marcos legales, es decir, cada Estado actúa en función de su propia legislación.
- Los propios contextos sociales, culturales e históricos condicionan la detección de los discursos de odio, así como sus motivaciones, orígenes, etc.
- Las sutilezas lingüísticas hacen que, en ocasiones, ni la ciudadanía ni las plataformas digitales perciban los discursos de odio.
- Las propias víctimas de estos discursos de odio pueden no reconocerse como tal y denunciar dichas agresiones.
- El uso técnicas de automáticas para la detección de los discursos de odio en línea en vez de la intervención humana para la identificación y eliminación de estos. La libertad de expresión.

.....  
<sup>182</sup> Naciones Unidas, s.f.b.



## Combatir el discurso de odio

La desinformación, los bulos, los ataques xenófobos en la red, la proliferación de medios digitales son desafíos sin precedentes para nuestras sociedades. Se reproducen rápido y fácilmente, con bajo coste, de forma anónima, y, además, teniendo el potencial de llegar a una audiencia global y diversa. Hacerles frente se convierte en una responsabilidad de toda la ciudadana.

Naciones Unidas ha compartido una serie de sugerencias de cara a combatir los discursos de odio a nivel general, que son perfectamente aplicables al contexto de la comunicación y sus profesionales, algunas de ellas son las siguientes<sup>183, 184</sup>:

- 📍 **Darle a la pausa:** Abstenerse de hacer comentarios de odio y/o transmitir dicho contenido. Los profesionales de la comunicación juegan un papel crucial a la hora de echarle el freno a los discursos de odio. Cuestionarse la información que reciben puede ser un primer paso: ¿Pueden existir aspectos culturales, sociales, políticos, económicos que estén condicionando mi mirada sobre este hecho? ¿Tiene un impacto positivo o negativo sobre una comunidad este artículo? ¿Estoy contribuyendo a compartir los discursos de odio sin sustento? ¿Es inclusivo este mensaje? ¿Quién lo promueve y con qué fin? Evitar asociar actividades ilegales y hechos negativos a colectivos específicos (a través del enfoque, declaraciones, percepciones, mención de nacionalidad u otras características sociodemográficas sin relevancia, etc.).
- 📍 **Revisar los hechos:** Los profesionales de la comunicación tienen la labor de desacreditar las noticias falsas, investigarlas, saber quiénes las promueven y con qué objetivos. Un trabajo tedioso pero que pone de relieve intereses ocultos que se convierten en noticias. Evitar dar voz a personas que promueven discursos de carácter racistas. Citar las declaraciones racistas y de otra índole que promueven el discurso de odio, marcarlas y atribuirles, facilitando el contexto, y siempre que sea posible, desmontando estos discursos.
- 📍 **¡Reaccionar!:** Oponerse a los discursos de odio, no permanezca en silencio. Utilice su plataforma y posición como agente de cambio para luchar contra estos discursos. Mostrar apoyo a las víctimas: Adoptar una posición pública y solidaria con las personas que son objeto del discurso de odio puede ayudar a combatir el discurso de odio y demostrar que rechazar el odio es una responsabilidad tanto individual como colectiva.
- 📍 **Reportar:** La mayoría de las plataformas digitales tienen mecanismos para eliminar los discursos de odio y generar un entorno respetuoso e inclusivo. Hacer uso de estos mecanismos para reportar, siempre que pueda, los contenidos que fomenten los discursos de odio.

183 Naciones Unidas, s.f.e.

184 Naciones Unidas, 2019b.

- **Educar:** Poner en el centro los Derechos Humanos, sensibilice a su entorno más cercano sobre el impacto de los discursos de odio en la población y fomente la reflexión. Igualmente poner en valor su profesión y analice de qué forma puede luchar contra los discursos de odio. Los docentes, los agentes de la autoridad, los líderes políticos, el personal de la administración... son numerosas las figuras que pueden sumar ante los discursos de odio.
- **Comprometerse:** Unirse en su comunidad a acciones promovidas por la sociedad civil para luchar contra los discursos de odio.
- **Crear contenido positivo:** Generar de contenidos en la red, fortalezca su papel como agente de cambio y cree contenido positivo y empático que contrarreste los discursos de odio.

Trabajar para frenar los discursos de odio es trabajar para promover la Carta de las Naciones Unidas, los Derechos Humanos y los esfuerzos globales para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



© OIM 2019 / Muse MOHAMMED

## Dinámicas

Nº dinámica:

**34**

### Descripción de la dinámica

Como introducción previa al estudio de la pirámide del odio, el alumnado deberá construirla. Para ello, el profesorado le expondrá las palabras que la componen, pero de forma aleatoria. Por lo tanto, deberán establecer la jerarquía, desde la base hasta la cúspide, siendo la cúspide la de mayor impacto, de las siguientes palabras: desinformación, estereotipo, prejuicio, discriminación, xenofobia, discurso de odio y delito de odio.

Transcurrido el tiempo establecido, el alumnado deberá indicar cómo han construido la pirámide del odio. Tras esto, el profesorado introducirá cada uno de los conceptos que la componen y volverá a dar un tiempo para construir nuevamente la pirámide. Finalmente, se resolverá y reflexionará sobre la relación que mantienen entre sí cada uno de los conceptos. De forma complementaria, se podrá invitar al alumnado a buscar ejemplos sobre la población migrante que puedan estar vinculados a los elementos de la pirámide.

### Objetivos

- ✓ Profundizar en los conceptos que conforman la pirámide de odio y la escala de gravedad de estos.
- ✓ Analizar el impacto de los discursos de odio en las personas migrantes.

### Requisitos

- ✓ N/A

Ficha adicional: No

## Dinámicas

Nº dinámica:

**35**

### Descripción de la dinámica

Recae la responsabilidad en el alumnado de abordar la aparición de discursos de odio en un programa de televisión, prensa digital y/o serie de televisión. Para ello, deberá identificar tres buenas prácticas o medidas preventivas que aborden la cuestión.

Trascurrido el tiempo de elaboración, el profesorado le invitará a compartir sus respectivas propuestas y las irá clasificando en programa de televisión, prensa digital y/o televisión. Finalizado el tiempo, se abrirá un debate con la clase, para ello, se podrá emplear algunas de las siguientes preguntas: ¿Son todas prácticas transversales? ¿Pueden emplearse en otros formatos comunicativos como diseño gráfico, radio o marketing? ¿Están las recomendaciones adaptadas a todos los públicos?

### Objetivos

- ☑ Identificar buenas prácticas contra los discursos de odio en comunicación.
- ☑ Analizar la responsabilidad de los profesionales de la comunicación en la lucha contra los discursos de odio.

### Requisitos

- ☑ Papelógrafo o proyector.

Ficha adicional: No

# Dinámicas

Nº dinámica:

**36**

## Descripción de la dinámica

La ficha adicional muestra tres párrafos diferentes que incluyen discursos de odio. El alumnado deberá redactar una breve noticia por cada uno de los párrafos neutralizando los discursos de odio que aparecen en ellos.

Una vez redacta las noticias, estas deberán ser expuestas y analizadas por la clase para identificar las tácticas empleadas para la neutralización de los discursos de odio en los artículos.

## Objetivos

- ☑ Fomentar la mirada crítica para identificar discursos de odio en artículos.
- ☑ Identificar estrategias para neutralizar discursos de odio en los medios.
- ☑ Profundizar en la responsabilidad de los profesionales de los medios en la lucha contra los discursos de odio.

## Requisitos

- ☑ N/A

Ficha adicional: Sí

Dinámica 29

## FICHA

### 1ª Noticia

“El vicepresidente del Gobierno en Italia y titular del Interior, Matteo Salvini, celebró que sus colegas de la Unión Europea no pudieran hoy avanzar en Luxemburgo en la reforma del sistema de asilo y aseguró que “alzar la voz sirve para lograr resultados”.

Los líderes de la UE expresaron el pasado diciembre su voluntad de que la reforma del sistema de asilo fuera acordada este junio, con el objetivo de dotar a los Veintiocho de un mecanismo permanente para responder a las oleadas de inmigrantes en caso de emergencia.

“Confirmando que se ha más que acabado la buena vida para quien ha comido a costa del prójimo, muy abundantemente: hay 170.000 presuntos refugiados que están en un hotel viendo la televisión”, argumentó.

El Periódico. 5 de junio de 2018.

### 2ª Noticia

“Donald Trump no quiere gente de “países de mierda” en Estados Unidos. Así lo expresó el presidente este jueves durante una reunión para renegociar el programa que concede residencia legal a inmigrantes de Haití, El Salvador y países africanos, según fuentes citadas por The Washington Post.

El presidente de EE UU respondió así a la propuesta de algunos legisladores para encontrar una alternativa a la eliminación del programa, conocido como Estatus de Protección Temporal (TPS). Trump refutó la sugerencia diciendo que sería mejor que EE UU acogiera a personas de países de Noruega. El TPS es un programa diseñado en 1990 para conceder visados temporales y permisos de trabajo a personas de 10 países afectados por guerras o desastres naturales”.

El País. 12 de enero de 2018.

## Dinámicas

Nº dinámica:

**37**

### Descripción de la dinámica

El Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE) publica bimensualmente un boletín donde refleja el monitoreo de los discursos de odios en las redes sociales en España. Estos boletines arrojan información de interés, tales su presencialidad en determinadas redes, los grupos poblacionales más afectados o el tiempo de respuesta de las propias plataformas en eliminar los discursos de odio, entre otra.

En este sentido, se invitará al alumnado a desarrollar un producto comunicativo que aborde los últimos datos sobre los discursos de odio en las redes sociales según el OBERAXE. Los productos comunicativos podrán ser:

- Breve artículo informativo.
- Preguntas para la elaboración de una entrevista a una persona experta.
- Pieza gráfica para redes sociales.

Se puede acceder a los últimos boletines del OBERAXE en la web: [www.inclusion.seg-social.es](http://www.inclusion.seg-social.es) o escaneando el siguiente código QR:



Transcurrido el tiempo, se invitarán al alumnado a compartir su propuesta de producto comunicativo, su enfoque y los principales datos sobre los que construirán su trabajo.

### Objetivos

- ✓ Analizar los últimos datos sobre discurso de odio en las redes sociales.
- ✓ Capacitar a los futuros profesionales de la comunicación en la construcción de productos comunicativos que informen sobre la realidad de los discursos de odio.

### Requisitos

- ✓ Dispositivo móvil con acceso a Internet.

Ficha adicional: No





## **PARTE III**

# RECURSOS ADICIONALES PARA PROFUNDIZAR

© OIM2020 / Muse MOHAMMED



# MÓDULO I.

## Comprensión de las dinámicas migratorias en el contexto de la comunicación

---

### 1. Organización Internacional para las Migraciones (OIM)

Enlace: [www.iom.int](http://www.iom.int)



### 2. E-Campus OIM

- Criterios ambientales para la respuesta humanitaria a la migración
- Mujeres en las Migraciones
- Migración y poblaciones LGBTBI
- Curso especializado sobre Trata de Personas
- Migración, Medio Ambiente y Cambio Climático (MECC)
- Communication for Development (C4D)

Enlace: [www.ecampus.iom.int/](http://www.ecampus.iom.int/)



### 3. Red de las Naciones Unidas sobre la migración

Enlace: [www.migrationnetwork.un.org/es](http://www.migrationnetwork.un.org/es)



### 4. OIM 70 aniversario

Enlace: [www.youtube.com/watch?v=pHW-NL5VnjY](https://www.youtube.com/watch?v=pHW-NL5VnjY)



### 5. Informe interactivo sobre las migraciones en el mundo 2022

Enlace: [www.worldmigrationreport.iom.int](http://www.worldmigrationreport.iom.int)



### 6. Portal de Datos sobre Migración

Enlace: [www.migrationdataportal.org/es](http://www.migrationdataportal.org/es)



### 7. Departamento de Economía y Asuntos Sociales. División de población

Enlace: [www.population.un.org/wpp/](http://www.population.un.org/wpp/)



### 8. Comisión Europea. Estadísticas sobre la emigración a Europa

Enlace: [www.commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/statistics-migration-europe-es](http://www.commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/promoting-our-european-way-life/statistics-migration-europe-es)



### 9. Instituto Nacional de Estadísticas

Enlace: [www.ine.es/](http://www.ine.es/)



### 10. Ministerio del Interior. Balances e informes

Enlace: [www.interior.gob.es/opencms/es/prensa/balances-e-informes/](http://www.interior.gob.es/opencms/es/prensa/balances-e-informes/)



### 11. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. Estadísticas.

Enlace: [www.inclusion.gob.es/estadisticas](http://www.inclusion.gob.es/estadisticas)



### 12. Missing Migrants

Enlace: [www.missingmigrants.iom.int/es](http://www.missingmigrants.iom.int/es)



### 13. 'NEX-O-DS: Logrando las dimensiones migratorias de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en España.

Enlace: [www.spain.iom.int/sites/g/files/tmzbdl1141/files/nex-o-ds-logrando-las-dimensiones.pdf](http://www.spain.iom.int/sites/g/files/tmzbdl1141/files/nex-o-ds-logrando-las-dimensiones.pdf)



### 14. Reflexiones sobre las contribuciones de los migrantes en una era de creciente disrupción y desinformación. Informe sobre las migraciones en el mundo 2020.

Enlace: [www.publications.iom.int/es/node/4141](http://www.publications.iom.int/es/node/4141)



### 15. Contribuciones y contabilización.

Guía para medir el impacto económico de las diásporas más allá de las remesas.

Enlace: [www.publications.iom.int/system/files/pdf/Contributions-and-Counting-ES\\_0.pdf](http://www.publications.iom.int/system/files/pdf/Contributions-and-Counting-ES_0.pdf)



### 16. Do migrants take the jobs of native workers?

Enlace: [www.wol.iza.org/uploads/articles/10/pdfs/do-migrants-take-the-jobs-of-native-workers.pdf](http://www.wol.iza.org/uploads/articles/10/pdfs/do-migrants-take-the-jobs-of-native-workers.pdf)



**17. Estadísticas de la población | Oficina Europea de Estadísticas (EUROSTAT)**

Enlace: [www.ec.europa.eu/eurostat/data/database](http://www.ec.europa.eu/eurostat/data/database)



**18. Integration of Immigrants in the European Union**

Enlace: [www.europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2276](http://www.europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2276)



**19. International Migration Outlook. OECD**

Enlace: [www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/international-migration-outlook-2021\\_29f23e9d-en](http://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/international-migration-outlook-2021_29f23e9d-en)



**20. Balances e informes | Ministerio del Interior**

Enlace: [www.interior.gob.es/opencms/es/prensa/balances-e-informes/](http://www.interior.gob.es/opencms/es/prensa/balances-e-informes/)



**21. Observatorio Permanente de la Inmigración (OPI). Ministerio de**

Inclusión, Seguridad Social y Migraciones  
Enlace: [www.inclusion.gob.es/web/opi/estadisticas/catalogo](http://www.inclusion.gob.es/web/opi/estadisticas/catalogo)



**22. Foro para la Integración Social de los Inmigrantes. Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones**

Enlace: [www.inclusion.gob.es/web/fisi/publicaciones](http://www.inclusion.gob.es/web/fisi/publicaciones)



**23. European Migration Network (EMN)**

Enlace: [www.home-affairs.ec.europa.eu/networks/european-migration-network-emn\\_en](http://www.home-affairs.ec.europa.eu/networks/european-migration-network-emn_en)



## MÓDULO II.

### El uso de la terminología migratoria

---

**24. Glosario de la OIM sobre Migración**

Enlace: [www.publications.iom.int/system/files/pdf/iml-34-glossary-es.pdf](http://www.publications.iom.int/system/files/pdf/iml-34-glossary-es.pdf)



**25. Media Friendly Glossary on Migration**

Enlace: [www.unaoc.org/wp-content/uploads/UNAOC-Panos-Europe-Institute\\_Media-Friendly-Glossary-on-Migration.pdf](http://www.unaoc.org/wp-content/uploads/UNAOC-Panos-Europe-Institute_Media-Friendly-Glossary-on-Migration.pdf)



### 26. Internal Displacement Monitoring Centre

Enlace: [www.internal-displacement.org/](http://www.internal-displacement.org/)



### 27. Environmental Migration Portal

Enlace: [www.environmentalmigration.iom.int/](http://www.environmentalmigration.iom.int/)



### 28. Global Data Hub on Human Trafficking

Enlace: [www.ctdatacollaborative.org/](http://www.ctdatacollaborative.org/)



### 29. Lucha contra la Trata de Personas (OIM)

Enlace: [www.iom.int/es/lucha-contra-la-trata-de-personas](http://www.iom.int/es/lucha-contra-la-trata-de-personas)



### 30. Pacto Mundial sobre la Migración

Enlace: [www.iom.int/es/pacto-mundial-sobre-migracion](http://www.iom.int/es/pacto-mundial-sobre-migracion)



### 31. Migración laboral

Enlace: [www.iom.int/es/migracion-laboral](http://www.iom.int/es/migracion-laboral)



### 32. Ethical Journalism Network

Enlace: [www.ethicaljournalismnetwork.org/](http://www.ethicaljournalismnetwork.org/)



### 33. Informe Inmigracionalismo

Enlace: [www.inmigracionalismo.es/](http://www.inmigracionalismo.es/)



## MÓDULO III. La representación actual de las migraciones en comunicación

---

### 34. Cobertura mediática de la migración basada en el derecho internacional y en evidencias

Enlace: [www.programamesocaribe.iom.int/sites/default/files/migracion-periodismo/oim\\_cobertura\\_mediatica\\_migracion\\_guia\\_es.pdf](http://www.programamesocaribe.iom.int/sites/default/files/migracion-periodismo/oim_cobertura_mediatica_migracion_guia_es.pdf)



### 35. Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018: Capítulo 8 - La información sobre los migrantes y la migración en los medios de comunicación

Enlace: [www.publications.iom.int/system/files/pdf/wmr\\_2018\\_sp.pdf](http://www.publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_sp.pdf)



### 36. Informe sobre las Migraciones

en el Mundo 2011. Capítulo 1 -

Comunicar eficazmente sobre la migración

Enlace: [www.publications.iom.int/system/files/pdf/wmr2011\\_spanish.pdf](http://www.publications.iom.int/system/files/pdf/wmr2011_spanish.pdf)



### 37. Capacitación regional sobre cobertura mediática para la migración y las poblaciones

Enlace: [www.programamesocaribe.iom.int/sites/default/files/migracion-periodismo/oim\\_cobertura\\_mediatica\\_migracion\\_guia\\_es.pdf](http://www.programamesocaribe.iom.int/sites/default/files/migracion-periodismo/oim_cobertura_mediatica_migracion_guia_es.pdf)



### 38. Media Coverage on Migration:

Promoting a Balanced Reporting

Enlace: [www.publications.iom.int/system/files/pdf/media\\_coverage\\_on\\_migration.pdf](http://www.publications.iom.int/system/files/pdf/media_coverage_on_migration.pdf)



### 39. Global Media Migration Academy

Enlace: [www.mediamigrationacademy.org/](http://www.mediamigrationacademy.org/)



### 40. MRS No. 72 – The role of media narratives in shaping public opinion toward refugees: A comparative analysis

Enlace: [www.publications.iom.int/books/mrs-no-72-role-media-narratives-shaping-public-opinion-toward-refugees-comparative-analysis](http://www.publications.iom.int/books/mrs-no-72-role-media-narratives-shaping-public-opinion-toward-refugees-comparative-analysis)



### 41. Curso sobre migración para periodistas y profesionales en comunicación

Enlace: [www.ecampus.iom.int/](http://www.ecampus.iom.int/)



### 42. Inmigracionalismo

Enlace: [www.inmigracionalismo.es/](http://www.inmigracionalismo.es/)



## MÓDULO IV. La representación actual de las migraciones en comunicación

---

### 43. Curso creación de contenidos digitales sobre migración

Enlace: [www.ecampus.iom.int/](http://www.ecampus.iom.int/)



### 44. Guía práctica de comunicación en contexto de crisis migratorias

Enlace: [www.publications.iom.int/system/files/pdf/Guia-Comunicaci%C3%B3n-crisis.pdf](http://www.publications.iom.int/system/files/pdf/Guia-Comunicaci%C3%B3n-crisis.pdf)



**45. Guía práctica para campañas de comunicación pública de la OIM**

Enlace: [www.publications.iom.int/books/guia-practica-para-campanas-de-comunicacion-publica-de-la-oim](http://www.publications.iom.int/books/guia-practica-para-campanas-de-comunicacion-publica-de-la-oim)



**46. Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: tratamiento mediático de la inmigración. OBERAXE.**

Enlace: [www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento\\_0066.htm](http://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento_0066.htm)



**47. Gender and Communications Toolkit**

Enlace: [www.iom.int/sites/g/files/tmzbd1486/files/2018-07/IOM-Gender-and-Communications-Toolkit-2015.pdf](http://www.iom.int/sites/g/files/tmzbd1486/files/2018-07/IOM-Gender-and-Communications-Toolkit-2015.pdf)



**48. OIMGuidance on gender-inclusive communication**

Enlace: [www.iom.int/sites/g/files/tmzbd1486/files/documents/IOM-Gender-Inclusive-Communication-Guidance-June2021.pdf](http://www.iom.int/sites/g/files/tmzbd1486/files/documents/IOM-Gender-Inclusive-Communication-Guidance-June2021.pdf)



**49. Migration Data Portal**

Enlace: [www.migrationdataportal.org/](http://www.migrationdataportal.org/)



**50. Displacement Tracking Matrix**

Enlace: [www.displacement.iom.int/](http://www.displacement.iom.int/)



**51. Missing Migrants Portal**

Enlace: [www.missingmigrants.iom.int/es](http://www.missingmigrants.iom.int/es)



**52. CT Data Collaborative**

Enlace: [www.ctdatacollaborative.org/](http://www.ctdatacollaborative.org/)



**53. Media OIM**

Enlace: [www.medialib.iom.int/](http://www.medialib.iom.int/)



**54. Publicaciones OIM**

Enlace: [www.publications.iom.int/es](http://www.publications.iom.int/es)



**55. La migración en la Agenda 2030**

Enlace: [www.publications.iom.int/es/books/la-migracion-en-la-agenda-2030-guia-para-profesionales](http://www.publications.iom.int/es/books/la-migracion-en-la-agenda-2030-guia-para-profesionales)





**56. Pacto Mundial para una Migración Segura, Ordenada y Regular**

Enlace: [www.daccess-ods.un.org/tmp/5736107.23018646.html](http://www.daccess-ods.un.org/tmp/5736107.23018646.html)



**57. Guía de cinco puntos para mejorar la información sobre migración**

Enlace: [www.ethicaljournalismnetwork.org/ethical-guidelines-on-migration-reporting-spanish](http://www.ethicaljournalismnetwork.org/ethical-guidelines-on-migration-reporting-spanish)



## MÓDULO IV. La representación actual de las migraciones en comunicación

---

**58. Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2022: Capítulo 8 - Desinformación sobre la migración: Un problema antiguo con dimensiones tecnológicas nuevas**

Enlace: [www.publications.iom.int/es/node/4001](http://www.publications.iom.int/es/node/4001)



**59. Migraciones e Interculturalidad. Guía para el desarrollo y fortalecimiento de habilidades en comunicación intercultural.**

Enlace: [www.publications.iom.int/es/books/migraciones-e-interculturalidad-guia-para-el-desarrollo-y-fortalecimiento-de-habilidades-en](http://www.publications.iom.int/es/books/migraciones-e-interculturalidad-guia-para-el-desarrollo-y-fortalecimiento-de-habilidades-en)



**60. Media Manipulation Casebook**

Enlace: [www.mediamanipulation.org/](http://www.mediamanipulation.org/)



**61. Verified**

Enlace: [www.shareverified.com/pledge-to-pause/](http://www.shareverified.com/pledge-to-pause/)



**62. Contrarrestar la desinformación**

Enlace: [www.un.org/es/countering-disinformation](http://www.un.org/es/countering-disinformation)



**63. La lucha contra la desinformación. Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. Gobierno de España**

Enlace: [www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/LaLuchaContraLaDesinformacion.aspx](http://www.exteriores.gob.es/es/PoliticaExterior/Paginas/LaLuchaContraLaDesinformacion.aspx)





**64. Lucha contra la desinformación. Comisión Europea**

Enlace: [www.commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation\\_es](http://www.commission.europa.eu/strategy-and-policy/coronavirus-response/fighting-disinformation_es)



**69. Seis pasos para entender cómo se conforman los estereotipos y por qué rechazarlos**

Enlace: [www.peru.iom.int/sites/g/files/tmzbd1951/files/Manual-SinEstereotipos.pdf](http://www.peru.iom.int/sites/g/files/tmzbd1951/files/Manual-SinEstereotipos.pdf)



**65. Report on the implementation of the Action Plan Against Disinformation. Comisión Europea**

Enlace: [www.eeas.europa.eu/sites/default/files/joint\\_report\\_on\\_disinformation.pdf](http://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/joint_report_on_disinformation.pdf)



**70. Guía para el fortalecimiento de la perspectiva intercultural y de Derechos Humanos destinada a formadores/as en la República Argentina**

Enlace: [www.repository.iom.int](http://www.repository.iom.int)



**66. EU vs Desinfo**

Enlace: [www.euvdisinfo.eu/](http://www.euvdisinfo.eu/)



**71. Naciones Unidas. Combate el racismo.**

Enlace: [www.un.org/es/fight-racism](http://www.un.org/es/fight-racism)



**67. ¿Cómo impactan los estereotipos en las mujeres migrantes?**

Enlace: [www.rosanjose.iom.int/es/blogs/como-perjudican-los-estereotipos-las-mujeres-migrantes?page=41?page=41](http://www.rosanjose.iom.int/es/blogs/como-perjudican-los-estereotipos-las-mujeres-migrantes?page=41?page=41)



**72. Naciones Unidas. Oficina de Alto Comisionado.**

Enlace: [www.ohchr.org/es/racism](http://www.ohchr.org/es/racism)



**68. Estereotipos de género**

Enlace: [www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping](http://www.ohchr.org/es/women/gender-stereotyping)



**73. Oficina Nacional de Lucha contra los Delitos de Odio.**

Enlace: [www.oficinacional-delitosdeodio.ses.mir.es/publico/ONDOD](http://www.oficinacional-delitosdeodio.ses.mir.es/publico/ONDOD)



**74. Ministerio del Interior. Informe sobre la evolución de los delitos de odio en España.**

Enlace: [www.interior.gob.es/opencvms/es/archivos-y-documentacion](http://www.interior.gob.es/opencvms/es/archivos-y-documentacion)



**79. Verification and New Narratives on Fact-checking for African Journalist**

Enlace: [www.casafrica.es/sites/default/files/contents/document/programa\\_periodismo\\_africa\\_namibia.pdf](http://www.casafrica.es/sites/default/files/contents/document/programa_periodismo_africa_namibia.pdf)



**75. Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia.**

Enlace: [www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/index.htm](http://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/index.htm)



**80. Malditamigración**

[www.maldita.es/migracion/](http://www.maldita.es/migracion/)



**76. Global Early Adolescent Study**

Enlace: [www.geastudy.org/](http://www.geastudy.org/)



**77. UNESCO. Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios**

Enlace: [www.unesco.org/es/world-media-trends](http://www.unesco.org/es/world-media-trends)



**78. Stand Up 4 Migrants. United Nations Human Right. Toolbox**

Enlace: [www.standup4humanrights.org/migration/en/toolbox.html](http://www.standup4humanrights.org/migration/en/toolbox.html)



# Referencias bibliográficas \*

---

## **Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (Aena)**

2022 [Estadísticas de tráfico 2022](#).

## **Alcaide Inchausti, J. (dir.)**

2007 *Evolución de la población española en el siglo XX*, Fundación BBVA, Bilbao.

## **Alsina, M. R.**

1995 *Los modelos de la comunicación*. Madrid, Tecnos.

## **Amunátegui Perelló, C.**

2013 Migraciones en la antigüedad: reflexiones comparativas son su tratamiento jurídico en el presente. *Revista chilena de derecho*, 40(3).

## **Berger, P.L. y T. Luckmann**

2011 *La construcción social de la realidad*, Amorrortu.

## **Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)**

2017 Actitudes hacia la inmigración, Estudio N° 3190. CIS, Madrid.

## **Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)**

2006 *Migración internacional, derechos humanos y desarrollo*.

## **Comisión Europea**

1993 [Resolución 1003 del Consejo de Europa sobre los principios éticos del periodismo](#).

2008 [Directrices éticas para una IA fiable](#).

2010 [Directiva 2010/13UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual](#).

2022a [CM/Rec \(2022\) 16 on Combating Hate Speech](#).

2022b [Resolución del Parlamento Europeo, de 10 de noviembre de 2022, sobre el deporte electrónico y los videojuegos \(2022/2027\(INI\)\)](#).

## **Elías, C. y D. Teira (coord.)**

2021 [Manual de periodismo y verificación de noticias en la era de las fake news](#), Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Madrid.

## **Ethical Games**

s.f. [Code of Ethics for the Game Industry](#).

## **Federación Internacional de Periodistas**

1986 [Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas](#).

## **Frías, M.**

2022 [La interseccionalidad de la discriminación por razones de raza, etnia y género](#). Proyectos Editoriales, Madrid.

## **Groenveld, E.**

2017 [Las primeras migraciones humanas](#). *World History Encyclopedia*.

\* Todos los hipervínculos proporcionados estaban activos cuando se redactó este manual.

### **Instituto Nacional de Estadística (INE)**

2022 [Estadísticas del Padrón](#), Ministerio de Hacienda y Función Pública, Madrid.

### **International Chamber of Commerce (ICC)**

2018 Código de publicidad y de comunicaciones de mercado de la ICC, París.

### **Linares, R. M.**

2016 Modelos de comunicación. Pistas Educativas No.121, México.

### **Maletzke, G.**

1993 [Sicología de la comunicación social](#). Editorial Quipus.

### **Miller, M.J.**

2019 *The Age of Migration: International Population Movements in the Modern World*. Bloomsbury Academic.

### **Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación (MAEC)**

2007 [Estrategia de Educación para el Desarrollo](#).

### **Ministerio del Interior**

2022 *Informe sobre la evolución de los delitos de odio en España*. Ministerio del Interior, Madrid.

### **Naciones Unidas**

2018 [Derechos Humanos](#).

2019a [Estrategia de las Naciones Unidas para la Inclusión de la discapacidad](#).

2019b [La Estrategia y Plan de Acción de las Naciones Unidas para la lucha contra el Discurso de Odio](#).

s.f.a [La Agenda para el Desarrollo Sostenible](#).

s.f.b [Entender qué es el discurso de odio](#).

s.f.c [Integración de género](#)

s.f.d [La ONU y la sociedad civil](#).

s.f.e [Pacto Mundial para la Migración Segura, Ordenada y Regular](#).

### **Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE)**

2008 [Guía práctica para los profesionales de los medios de comunicación: tratamiento mediático de la inmigración](#), Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, Madrid.

### **Oficina del Alto comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OHCHR)**

s.f. [Stand up for Human Rights: Take Action](#)

2020 [Seven key elements on building human rights-based narratives on migrants and migration](#).

### **Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)**

1983 Principios internacionales de la ética profesional del periodismo.

### **Organización Internacional del Trabajo (OIT)**

s.f. [Reportajes sobre el trabajo forzoso y la contratación equitativa. Guía práctica de la OIT para periodistas](#).

### **Organización Internacional para las Migraciones (OIM)**

- 2017 Migraciones e interculturalidad. Guía para el desarrollo y fortalecimiento de habilidades en comunicación intercultural, Buenos Aires.
- 2018a La información sobre los migrantes y la migración en los medios de comunicación. En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018*. OIM, Ginebra.
- 2018b La migración y los migrantes: una perspectiva global. En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2018*. IOM, Ginebra.
- 2018c [Pacto Mundial sobre la Migración](#).
- 2020a Capacitación regional sobre cobertura mediática para la migración y las poblaciones, Manual de estudiante.
- 2020b [Derecho internacional sobre migración N°34](#)- Glosario de la OIM sobre Migración, Ginebra.
- 2020c [How can stereotypes impact migrant women?](#)
- 2020d [Reflexiones sobre las contribuciones de los migrantes en una era de creciente disrupción y desinformación](#). En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2020*. OIM, Ginebra.
- 2020e [Una mirada hacia la migración en Andalucía. Perfiles, percepciones y experiencias de las personas migrantes residentes en Andalucía](#), Madrid.
- 2020f [Guía práctica para campaña de comunicación pública de la OIM](#).
- 2022a [Desinformación sobre la migración: un problema antiguo con dimensiones tecnológicas nuevas](#). En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2022*. OIM, Ginebra. Ginebra.
- 2022b [Global Migration Media Academy](#).
- 2022c El gran perturbador: impacto mundial de la COVID-19 en la migración, la movilidad y los migrantes. En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2022*. OIM, Ginebra.
- 2022d [Migración y migrantes: panorama mundial](#). En: *Informe sobre las Migraciones en el Mundo 2022*. OIM, Ginebra.
- s.f.a [Curso sobre migración para periodistas y profesionales en comunicación](#), E-Campus.
- s.f.b [Historia de la OIM](#).
- s.f.c [Proyecto Migrantes Desaparecidos](#).
- s.f.d [Migration Data Portal](#). Número total de migrantes internacionales.

### **Organización Mundial de la Salud (OMS)**

- 2018 [Género y salud](#).

### **Pérez Fuentes, J. C.**

- 2004 *Ética periodística. Principios, códigos deontológicos y normas complementarias*. Universidad del País Vasco.

### **Ramírez Goicoechea, E.**

- 2011 *Etnicidad, identidad, interculturalidad : teorías, conceptos y procesos de la relacionalidad grupal humana*, Ed. Universitaria Ramón Areces, Madrid.

### **Real Academia Española (RAE)**

- s.f. [Diccionario de la lengua española](#).

### **Red Acoge**

- 2022 [Informe Inmigracionalismo](#).

**Rodríguez Borges, R.F.**

2010 El discurso del miedo. Inmigración y prensa en la frontera sur de la Unión Europea. Plaza y Valdes Editores, Madrid.

**Triandafyllidou, A.**

2017 Media Coverage on Migration: Promoting a Balanced Reporting in McAuliffe, M. and M. Klein Solomon (Conveners), *Ideas to Inform International Cooperation on Safe, Orderly and Regular Migration*. OIM, Ginebra.

**Tromantona, F.**

2018 *Los migrantes han cruzado el Mediterráneo durante siglos, pero antes se desplazaban de norte a sur*, El País, Madrid.

**Turpin, S.**

2018 *Media Coverage on Migration: A Practical Guide for Journalists*. OIM, Dakar.

**Zhang, A.X., A. Ranganathan, S. E. Metz, S. Appling, C. M. Sehat, N. Gilmore, N. B. Adams, E. Vincent, J. Lee, M. Robbins, E. Bice, S. Hawke, D. Karger and A. Xiao Mina**

2018 *A Structured Response to Misinformation: Defining and Annotating Credibility Indicators in News Articles*. WWW '18: Companion Proceedings of The Web Conference.



