



**POR LA  
DIVERSIDAD  
CULTURAL**



## **UNA CIUDADANÍA ACTIVA ANTE EL RACISMO Y LA XENOFOBIA** **> LAS MIGRACIONES DESDE EL ENFOQUE DE UNA COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL** **> PROPUESTAS Y RECOMENDACIONES**

El proyecto “0’0 Rumores Por la Diversidad Cultural” ha ido aproximándonos a una serie de conclusiones que son el fruto de las aportaciones que han hecho los y las participantes en los diferentes espacios facilitados durante el proceso, y también el producto de la observación y la intervención del equipo del proyecto en cada actividad.

En este proceso han participado de manera directa unas 400 personas en las diferentes actividades, de las provincias de Córdoba, Granada, Almería y Huelva. Indirectamente a través de las acciones de difusión de los resultados y de la campaña de comunicación hemos llegado a unas 7.600 personas.

El proyecto ha tenido unos rasgos característicos presentes en todas las acciones:

- **EL ENFOQUE DE GÉNERO, DESARROLLANDO ACTIVIDADES ESPECÍFICAS RELACIONADAS CON LA MUJER MIGRANTE.**
- **LA COLABORACIÓN CON ENTIDADES DE PERSONAS MIGRANTES Y PRO-INMIGRANTES, ACTIVAS FRENTE AL EFECTO NEGATIVO DE LOS RUMORES Y LOS BULOS EN NUESTRA SOCIEDAD.**
- **LA PARTICIPACIÓN DE PERIODISTAS DE ORGANIZACIONES SOCIALES, ENTIDADES PÚBLICAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**

Su metodología y objetivos se insertan en la estrategia andaluza de Educación para el Desarrollo, de ahí que estas propuestas y recomendaciones intenten orientar las actuaciones de EpD que relacionan en su metodología la comunicación para el cambio social y las migraciones.

La conformación de una ciudadanía consciente, crítica y participativa y la creación de espacios reflexivos y abiertos para la participación son el eje fundamental de estas propuestas, siendo el empoderamiento comunicativo de los agentes del cambio uno de nuestros objetivos fundamentales.

Con estas recomendaciones queremos promover una comunicación más comprometida con la justicia social, que comprenda mejor lo que significa la diversidad cultural, orientada a la consecución de los ODS y al cumplimiento de la Agenda 2030. Una comunicación que interiorice y valore lo que la diversidad aporta a nuestra sociedad.

Somos conscientes de que estas ideas surgen en un contexto social que ha sacrificado la verdad y la transparencia a costa de la urgencia y la velocidad. Estas propuestas representan, sin duda, otra manera de comunicar, alejada de los mercados y de la información con efecto comercial. Una comunicación centrada en hacer lo posible para que podamos ejercer nuestro derecho a comunicar, una comunicación inclusiva, que debe pretender en cualquier sociedad dos aspectos básicos: el diálogo y facilitar procesos participativos.



## APROXIMARNOS DESDE UNA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO A LA RELACIÓN ENTRE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PROCESOS MIGRATORIOS

- 1 Promover propuestas formativas a escala regional sobre “Migraciones y Comunicación Social”, en coordinación con las universidades públicas y privadas, las administraciones y los medios, para profesionales de muy diferentes ámbitos.
- 2 Crear espacios de convivencia configurados como una acción pedagógica para niños y niñas donde fomentar la interculturalidad y donde se compartan elementos como la música, la arquitectura, la gastronomía, la historia, etc.
- 3 La promoción e intensificación de programas de alfabetización mediática dirigidos a diversos colectivos y grupos sociales y también en el ámbito educativo formal. Indispensable para formar una idea equilibrada y real del fenómeno migratorio, sobre todo en territorios o poblaciones donde la migración está más presente.
- 4 Hacer más trabajo de sensibilización y formación continuado con estudiantes universitarios y de ciclos formativos, relacionados con la comunicación, imagen y sonido, periodismo, pero también de otras especialidades (educadores sociales, trabajadores sociales, derecho, etc.). Fomentando espacios de aprendizaje e intercambio de experiencias.
- 5 Incorporar el enfoque de la Educación para el Desarrollo en nuestras acciones comunicativas, campañas de sensibilización y noticias o reportajes elaborados para los medios de comunicación.

## MEJORAR LAS ACCIONES COMUNICATIVAS EN TORNO A LAS MIGRACIONES DESDE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES ANDALUZAS



- 1 Reflexionar sobre cómo comunicar los contenidos positivos de las migraciones y cómo hacerlos atractivos a los medios.
- 2 Incorporar periodistas a los equipos de las organizaciones para gestionar la comunicación y relación con los medios.
- 3 Promover alianzas con los medios de comunicación comprometidos con la defensa de los derechos humanos.
- 4 Realizar un mapeo de acciones comunicativas sociales donde se esté trabajando con contenidos sobre movilidad humana y movimientos migratorios.
- 5 Salir de los espacios mediáticos, activistas y de las organizaciones sociales al que suelen acudir las personas sensibilizadas con estas cuestiones, e incluir espacios comunitarios públicos: la vuelta a las calles y a la construcción de nuevos lugares de encuentro para la creación de una conciencia global.



## EL TRATAMIENTO DE LOS PROCESOS MIGRATORIOS DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1 Impulsar la alfabetización mediática entre la ciudadanía para favorecer un análisis crítico de la información que recibimos cotidianamente.
- 2 Incorporar el enfoque de la diversidad cultural en los medios, reivindicando una comunicación más democrática, que garantice la más amplia diversidad y pluralidad de expresiones culturales, con mayores oportunidades de participación social en los procesos de comunicación y devolviendo el control a las comunidades.
- 3 Facilitar espacios de participación en los medios de comunicación para personas migrantes.
- 4 Conocer sus experiencias y poner en práctica el trabajo que colectivos y organizaciones han desarrollado, y que representan un enfoque o modelo que ha tratado las migraciones desde un enfoque inclusivo y de derechos.
- 5 Conocer bien el contexto y las circunstancias que concurren respecto a la población migrante de la cual se informa.
- 6 Facilitar la participación de personas migrantes en otras temáticas informativas, que no tengan relación con la cuestión migratoria ( gastronomía, cultura, turismo, etc.).
- 7 Trabajar en una comunicación social con enfoque de derechos, que promueva una ciudadanía crítica, global, responsable y comprometida en la lucha contra la pobreza y la exclusión.
- 8 Incluir en las informaciones el marco normativo legal a nivel nacional e internacional que respalde los derechos de las personas migrantes y que la opinión pública tiende a desconocer.
- 9 Evitar los discursos simplistas que alimentan la polarización en la opinión pública e incorporar la complejidad, los matices, la diversidad.
- 10 Evitar publicaciones o titulares sensacionalistas aunque eso suponga renunciar al número de visitas y a la viralización.
- 11 Cambiar la narrativa de “nosotros” y “los otros” y naturalizar la diversidad y la convivencia intercultural, trasladando la concepción de las migraciones como un hecho natural de la humanidad, reconocido además como un derecho humano.
- 12 Que los medios públicos ofrezcan un servicio a la comunidad y faciliten la participación de la sociedad en su desarrollo, resaltando el papel de nuestros territorios como sociedades de acogida y por la convivencia.

## PROPUESTAS PARA DESMONTAR LOS RUMORES CONTRA LAS MIGRACIONES DESDE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



- 1 Recurrir siempre a fuentes oficiales como expertos/as y a organizaciones de migrantes o pro-inmigrantes y contrastar la información para desmontar noticias falsas.
- 2 Revisar las noticias elegidas, cómo aparecen las personas migrantes en ellas y el lenguaje empleado, evitando palabras como “ilegal”.
- 3 Hacer un periodismo fuerte e independiente que combata el sesgo de algunos medios con tendencias políticas afines a los discursos de odio que legitiman el recorte de derechos de las personas migrantes, reforzando a las organizaciones especializadas y a las mismas personas migrantes como actores fundamentales.
- 4 Contestar de manera clara a las preguntas instaladas en el imaginario colectivo sobre las personas migrantes: por qué vienen, qué ayudas reciben, qué plazas tienen sus hijos/as en los colegios, etc.
- 5 Tener en cuenta la dimensión geopolítica y analizar el sistema económico, el territorio y las relaciones internacionales para poder explicar el contexto y las causas de las migraciones.
- 6 Favorecer la creación de espacios para que las organizaciones que trabajan con población migrante puedan aportar datos, visión, información, etc.
- 7 Transmitir mensajes basados en historias de vida, que incorporen a las personas migrantes como fuentes de información y que creen un vínculo de empatía con ellas más allá de las cifras.
- 8 Recurrir a medios comunitarios que trabajan el empoderamiento de las personas a través de la comunicación como un derecho.
- 9 Aumentar la participación de las personas migrantes en diversos espacios para que participen de otras informaciones, y no solo de aquellas referidas a los procesos migratorios.
- 10 Mostrar la realidad de las personas migrantes huyendo de estereotipos como la llegada en patera o el trabajo de manteros y de enfoques beligerantes y negativos.
- 11 Promover la realización de eventos en los que participen periodistas, asociaciones de migrantes, tercer sector y autoridades públicas con el fin de mejorar la cobertura informativa.
- 12 Desarrollar el carácter proactivo de organizaciones y medios para trasladar o requerir todo lo que se hace en materia de migración.
- 13 Construir conjuntamente discursos que desacrediten y desactiven la estrategia comunicativa de las ideologías racistas.
- 14 Incidir en investigación.
- 15 Tratar las migraciones también como un hecho positivo, destacar sus aportes y su valores en nuestra sociedad, sin dejar de lado la denuncia de la vulneración de derechos y las situaciones de injusticia y exclusión social.



## ABORDAR PROPUESTAS COMUNICATIVAS EN TORNO A LA MUJER EN EL ÁMBITO DE LAS MIGRACIONES

---

- 1 Favorecer el empoderamiento comunicativo de las mujeres migrantes para que ejerzan su derecho a la comunicación: hablar en público, elaboración de notas de prensa, dinámica de reuniones, utilización de espacios en radio y TV, gestión de redes sociales para apoyo mutuo e intercambio de información, producción audiovisual, etc.
- 2 Impulsar la colaboración de medios de comunicación con asociaciones y colectivos de mujeres migrantes así como con expertas y expertos en mujer y migraciones.
- 3 Elaboración de propuestas para utilizar espacios en medios de comunicación para sus objetivos, siendo protagonistas de la información.
- 4 Diseño y desarrollo de actuaciones conjuntas con medios de comunicación que eviten la estereotipación de las mujeres migrantes en su información.
- 5 Convertir a las mujeres migrantes en sujeto comunicativo, poniendo en valor su trabajo, sus conocimientos y saberes, tanto en las aulas, como en medios, etc.
- 6 Incorporar la perspectiva feminista en las informaciones sobre la mujer migrante y sobre las migraciones en general.
- 7 Visibilizar la activistas feministas de diferentes países y culturas origen de las migraciones, como impulsoras de la igualdad y, por tanto, de un mundo más justo.
- 8 Analizar las migraciones desde una perspectiva feminista , analizando las causas de las migraciones para hacernos cargo del lugar que ocupan las mujeres en el proceso migratorio.
- 9 Desarrollar un enfoque de género desagregando los datos que se ofrezcan sobre migraciones por sexos: desempleo, salarios, nivel de renta per cápita, tipo de contratos laborales, economía informal, acoso sexual en el ámbito laboral, violencia machista, etc.
- 10 Evitar mostrar a las mujeres como un colectivo cumpliendo con una especie de cuota de representación sino como lo que somos, la mitad de la humanidad, con voz propia y con una realidad concreta que responde al sistema patriarcal.
- 11 Utilizar una comunicación no sexista, que visibilice a las mujeres migrantes a través de lenguaje e imágenes inclusivas.



## EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS EN TORNO A COMUNICACIÓN SOCIAL Y MIGRACIONES

- Inmigracionismo, campaña consistente en un diálogo constructivo entre la Red Acoge y periodistas a través del análisis de las noticias en los medios y la sensibilización.
- Proyecto europeo Respect Words, impulsado por la Asociación EMA-RTV. Plantea la necesidad de repensar la forma de enfocar la información acerca de las comunidades migrantes.
- La Maleta Invisible. Iniciativa educativa y de sensibilización impulsada por Cruz Roja para reflejar la realidad de las personas migrantes a partir de los testimonios y las historias de vida que cuentan ellas mismas.
- Voces de la Tierra, también de EMA-RTV. Con esta iniciativa se facilita la participación de las personas migrantes en espacios comunicativos y a su vez se trabaja en la difusión de noticias relacionadas con la población migrante.
- Radio on line - Asociación Mujeres entre Mundos. Este proyecto está dirigido por un grupo de mujeres migrantes donde ellas son las protagonistas en cuanto a la voz de la narración y las realidades que se abordan en las informaciones.
- Campaña No le des bola al bulo, de la Consejería de Justicia de la Junta de Andalucía. Se trata de un audiovisual donde a partir de unos datos se desmontan bulos y en el que se dan unos sencillos tics para no caer en la reproducción de esas falsas informaciones.
- Proyecto EMAC / Ethical Media Training: EMAC - Ethical Media for Active Citizenship.
- Proyecto Historias del sur, Valores Universales.
- Inmigración y medios de comunicación. Manual recopilatorio de buenas prácticas periodísticas [Coordinadora de ONG de Euskadi de Apoyo a Inmigrantes, 2011].
- Manual contra el inmigracionalismo [Red Acoge, 2018].
- Informe del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre el tratamiento informativo de la inmigración en las televisiones públicas andaluzas
- Recomendaciones del Consejo Audiovisual sobre el tratamiento de la inmigración.
- El tratamiento informativo de la inmigración y el refugio en la prensa de Málaga
- Informe Nuevas Narrativas de la Fundación porCausa

Un proyecto de:



Financiado por:

