

**somos
panas
colombia.com**

UNA CAMPAÑA DE:



**UNHCR
ACNUR**
La Agencia de la ONU
para los Refugiados

Periodistas contra la xenofobia en crisis de COVID-19



Recomendaciones
para el **cubrimiento
informativo** del
flujo migratorio
mixto proveniente
de Venezuela.

Hemos sido testigos de su trabajo periodístico sobre la población venezolana en Colombia, y ahora, sobre la afectación de esta en la crisis de COVID-19; queremos agradecerle por mostrar interés en este tema coyuntural en nuestro país.

Creemos que el **periodismo cumple un rol fundamental en la desarticulación de la xenofobia** y es una herramienta vital para evitar los estigmas sociales, conductas que nos alejan en la derrota de la pandemia que en este momento nos aqueja como seres humanos.

Por medio de este documento queremos, por un lado, que conozca la campaña **Somos Panas Colombia**, una iniciativa de la Agencia de la **ONU** para los Refugiados (**ACNUR**), que tiene como objetivo reducir las manifestaciones de xenofobia en contra de la población refugiada y migrante proveniente de Venezuela. Y, por otro lado, presentarle sugerencias y recomendaciones a la hora de tratar temas sobre la crisis de refugiados y migrantes, y hoy en día, su relación con la emergencia sanitaria de **COVID-19**.



Venezolanos en Colombia

Foto: ACNUR

Hoy Colombia, por primera vez en su historia, es receptor de personas que tuvieron que salir de su país y que requieren nuestro apoyo. Esto lleva a preguntarnos sobre la capacidad que tenemos como sociedad para acogerlas y brindarles nuestra solidaridad.

El clima de tensión frente a la llegada de refugiados y migrantes al país ha generado manifestaciones de intolerancia, rechazo, violencia y estigma hacia ellos. La situación actual de zozobra e incertidumbre vivida a nivel mundial y que aqueja a nuestro país, incentiva estos actos.

La información que se transmite actualmente sobre la llegada de venezolanos a Colombia está construyendo en la opinión pública una imagen de la población venezolana que en ocasiones promueve el rechazo, afortunadamente en otras, la solidaridad.

Manejo de crisis de covid-19 e información sobre refugiados y migrantes venezolanos

El COVID- 19 es la noticia más importante del mundo, según estadísticas del John Hopkins University & Medicine el virus ha llegado a 200 países y ha infectado un número muy alto de personas con un constante aumento en las fallecidas. Para conocer los datos actualizados consulte aquí: <https://www.who.int/es>

Dado el impacto del virus a nivel global en la salud, la economía y en muchos aspectos de la sociedad, los periodistas se enfrentan a un reto significativo el cual tiene implicaciones importantes en el ejercicio de comunicación.

Objetivos de la campaña Somos Panas Colombia

La campaña nace en diciembre de 2017 con los siguientes objetivos:

1. Disminuir las manifestaciones de xenofobia
2. Incentivar la solidaridad
3. Brindar información útil para población venezolana vulnerable

Nuestro propósito es demostrar a los colombianos y las comunidades de acogida que la integración social y económica entre venezolanos y colombianos trae beneficios, desarrollo y progreso al país.

Colombianos y venezolanos

UNIDOS PA'LANTE

En este contexto de crisis por Coronavirus (COVID-19), que afecta de manera diferencial a refugiados y migrantes venezolanos, la campaña ha priorizado tres acciones:

1.

Apoyo con información útil a la comunidad refugiada y migrante, especialmente la más vulnerable.

2.

Sumarnos al esfuerzo interagencial de las Naciones Unidas frente a las medidas de mitigación del virus.

3.

Prevención de manifestaciones de xenofobia contra población venezolana y visibilización de las manifestaciones de solidaridad entre colombianos y venezolanos.



Cubrimiento

Foto: ACNUR

Cubrimiento periodístico sobre refugio y migración venezolana

Para la creación de la campaña Somos Panas Colombia, ACNUR ha realizado desde 2017 tres estudios en los que se han llevado a cabo escuchas en redes sociales, encuestas de opinión y grupos focales, para entender cómo se construye y en qué está fundamentada la percepción que se tiene de los venezolanos en Colombia.

A partir de estas investigaciones, quisiéremos proponer los siguientes enfoques periodísticos para el cubrimiento de la crisis de refugiados y migrantes provenientes de

a) 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. **Estos derechos corresponden a todas las personas, sin discriminación alguna.**

Una primera herramienta que proponemos para el cubrimiento periodístico es considerar la declaración universal de derechos humanos como el enfoque desde el cual se debe abordar el tema, pues:

1. Antes que ser nacionales de un país u otro, todos/as somos titulares de derechos inalienables. Relacionar la situación de los venezolanos en Colombia resaltando los derechos humanos que están vulnerados, refuerza el mensaje de que los refugiados y migrantes son titulares de derechos y deben garantizárseles.

2. La Declaración de Derechos Humanos reconoce, en su artículo 14, que: **en caso de persecución toda persona tiene derecho a buscar asilo, y a disfrutar de él, en cualquier país.**

Acceso directo a la Declaración Universal de los Derechos Humanos:

https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf

b) Enfoque Humanístico

Los venezolanos son personas que sufren una afectación particular y tienen unos derechos afectados. Tener en cuenta esta perspectiva al momento de informar, permite establecer un acercamiento distinto de la opinión pública a la problemática.

Dar a conocer el contexto de una persona (particular) que tuvo que salir de su país y lo que ha implicado para ella romper lazos emocionales, económicos, familiares, de calidad de vida, para asumir esta nueva realidad, donde tiene que empezar de cero en un país que no es el suyo, es una poderosa forma de transmitir empatía y de esta manera desalentar la xenofobia e incentivar la solidaridad.

c) Enfoque positivo a las oportunidades

Si bien la llegada de población venezolana al país implica retos importantes, hay también realidades de integración y acogida a nivel comunitario e institucional que merecen la pena ser destacados. De igual manera, el aporte de la población venezolana al país debería tener un espacio en la agenda informativa.

<https://somospanascolombia.com/trabajando-juntos/>

d) Evitar la generalización

Evitar la asociación de la población extranjera con estereotipos o prácticas criminales como la delincuencia o la violencia, cuando el origen o nacionalidad no son causa o están intrínsecamente relacionados con el hecho criminal.

En este sentido es importante contextualizar siempre la información y hacer uso de estudios más comprensivos sobre el tema. Recomendamos revisar el estudio de la FIP.

<http://www.ideaspaz.org/publications/posts/1722>

e) Detonantes de odio

A partir de las investigaciones encontramos que hay ciertos temas que activan temores y por ende manifestaciones de rechazo a la población venezolana. Vale la pena tenerlos en cuenta y ser especialmente cuidadoso al cubrir estos asuntos, pues **requieren un esfuerzo extra de contextualización, manejo equilibrado del lenguaje y búsqueda de fuentes autorizadas**, de manera que la ciudadanía tenga mejores elementos para comprenderlos y analizarlos:

1. Son temas especialmente susceptibles el empleo, la salud, la educación y, en general, la oferta de servicios que es considerada básica. Quienes manifiestan rechazo hacia el extranjero muchas veces es porque lo ven como competencia en un país donde esos bienes y ofertas son escasos.

Las cifras, estadísticas o cualquier matemática institucional relacionada con esta problemática, sin precisión o contexto adecuado, genera confusión en la opinión pública.

2. Cuando la información se centra en categorías abstractas como “migrante”, “legal”, “ilegal”, sin hacer evidente el ser humano (con rostro y nombre propio) que está detrás del concepto, se manifiesta rechazo. El rechazo hacia lo que no tiene rostro concreto surge más fácilmente.

Cubrimiento periodístico sobre COVID-19 y población venezolana

Afectación diferencial a refugiados y migrantes venezolanos

Dado el impacto social mundial, la relevancia del tema y la innumerable cantidad de incógnitas, se genera un ambiente propicio para que el tratamiento sesgado o apresurado de noticias sobre COVID-19, afecte poblaciones vulneradas como la refugiada y migrante venezolana.

¿Cómo se puede cubrir este tema de manera profunda y equilibrada sin propagar el pánico?

Varios centros de investigación y de apoyo al periodismo han propuesto recomendaciones en este sentido. Por ejemplo las siguientes recomendaciones vienen del Global Investigative Journalism Network

[\(https://gijn.org/2020/03/12/recomendaciones-para-periodistas-que-cubren-el-covid-19/\)](https://gijn.org/2020/03/12/recomendaciones-para-periodistas-que-cubren-el-covid-19/)



Foto: ACNUR

1.

Reducir el uso de adjetivos que sean subjetivos, como enfermedad “mortal”.

2.

Utilizar **cuidadosamente las fotografías**, para no propagar el mensaje erróneo.

3.

Explicar las acciones preventivas, pues de esa forma su pieza podría ser menos atemorizante.

4.

Recuerde que las historias estadísticas **son menos intimidantes** que las anecdóticas.

5.

Evite los **titulares para atraer clicks** y sea creativo en la presentación del contenido.

Además de estas recomendaciones fundamentales, también podemos ofrecer las siguientes sugerencias en el momento de crear piezas periodísticas. Estas sugerencias provienen de periodistas que cubren noticias sobre COVID-19 a nivel mundial *Fuente

<https://gijn.org/2020/03/12/recomendaciones-para-periodistas-que-cubren-el-covid-19/>

- Comprenda el ambiente que se vive en la población y expóngalo en su trabajo.
- Enfóquese en la reportería, no en el análisis.
- Sea cuidadoso en el titular.
- Recuerde: no todas las cifras son correctas. Verifíquelas antes de publicar.
- Hable con todas las personas que le sea posible.
- Evite los lugares comunes racistas o xenófobos.
- Preste atención a la manera como usted entrevista a los expertos. No deje de lado las historias que no son “emocionantes”.

Así mismo, apegarse a los hechos y declaraciones científicas, nos dan la seguridad de no asociarlo a una población en especial, en este caso la venezolana y así **evitar el estigma social**.

¿Qué es el estigma social?

*Fuente Cruz Roja Colombiana
<https://www.cruzrojacolombiana.org/wp-content/uploads/2020/03/COVID19-Stigma-guia-2002-Esp.pdf>

El estigma se produce cuando una enfermedad se asocia a una población (por ejemplo, en el caso del nuevo coronavirus COVID-19 las personas de ascendencia asiática se asocian a la enfermedad).

En una epidemia, esto significa que las personas son etiquetadas, estereotipadas, separadas, y/o experimentan la pérdida de estatus y la discriminación debido a la afiliación a una enfermedad. Esto puede afectar negativamente a los propios afectados por la enfermedad, así como a sus cuidadores, familia, amigos y comunidades.

*Para obtener más información sobre Recomendaciones para periodistas que cubren el COVID-19 puede consultar acá

<https://tinyurl.com/uny93vt>



Foto: ACNUR

¿Por qué el COVID-19 genera tanto estigma?

El actual brote de COVID-19 ha provocado el estigma social y los consiguientes comportamientos discriminatorios contra personas refugiadas o migrantes. El nuevo brote de coronavirus es una nueva enfermedad que presenta muchas incógnitas como:

1. Comprensión de cómo se propaga el virus
2. Cómo se puede tratar si se está enfermo
3. De dónde viene el virus para poder detenerlo

La falta de comprensión o de acceso a la información puede causar temor o pánico entre los individuos, lo que conduce a suposiciones irracionales y a la necesidad de culpar a otros.

No es sorprendente que pueda haber confusión, ansiedad y miedo entre el público. Trágicamente estamos viendo que estos factores - confusión, ansiedad y miedo - están alimentando estereotipos dañinos de racismo y xenofobia.

Impacto del Estigma Social en la población venezolana

Las actitudes estigmatizantes y xenófobas pueden socavar la cohesión social y provocar un posible aislamiento de los grupos estigmatizados. **Esto puede contribuir a una situación en la que el virus tiene más probabilidades de propagarse.** De hecho, el estigma puede:

1. Llevar a la gente a esconder la enfermedad para evitar la discriminación.
2. Abstenerse de buscar atención médica inmediatamente.
3. Evitar que adopten comportamientos saludables.

Las consecuencias son problemas de salud más graves y dificultades para controlar un brote de enfermedad en una población estigmatizada. Esto nos puede llevar a que si una persona venezolana llegase a contagiarse, el miedo a sufrir un doble rechazo, pueda convertirse en vector transversal y silencioso del brote de COVID-19 en la población donde habite, **convirtiéndolos en una población doblemente vulnerable.**

¿Cómo puede apoyar desde su labor periodística a la población venezolana?

Información Útil:

Ayúdanos comunicando las líneas de atención a la población refugiada y migrante que ACNUR ha dispuesto frente a la cuarentena nacional. En el siguiente enlace puede consultar (se mantendrá actualizado este contenido en la medida que se creen líneas de atención nuevas)

<https://somospanascolombia.com/lineasdeatencion/>

Si requiere piezas para redes sociales, **descargarlas aquí:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZLz8-J6qc2Rgyowe8dLsn3DZlmq9khWa>

Promover información relacionada al cuidado:

Sugerimos utilizar la información de las OMS/OPS para informar y sensibilizar a la sociedad sobre el cuidado de la salud en el contexto del COVID-19

<https://www.who.int/es>



Foto: ACNUR

Sensibilización:

Desde la campaña Somos Panas Colombia desarrollamos de manera permanente piezas de comunicación que están centradas en historias de personas venezolanas y colombianas y testimonian cómo se puede superar la xenofobia.

Les recomendamos revisar de manera permanente nuestro contenidos en los siguientes canales:

https://www.facebook.com/somospanascolombia/?ref=br_tf&epa=SEARCH_BOX

<https://twitter.com/SomosPanasCol>

<https://www.instagram.com/somospanascolombia/>

https://www.youtube.com/channel/UCDC1pF83lsYE7_eoy8Acv7w

Manténgase informado y protéjase:
Algunas fuentes interesantes

El autocuidado cubriendo covid-19

Para los reporteros que cubren el COVID-19, el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ) publicó una [asesoría detallada](https://cpj.org/es/2020/03/aviso-de-seguridad-del-cpj-la-cobertura-del-brote-.php), en español.

<https://cpj.org/es/2020/03/aviso-de-seguridad-del-cpj-la-cobertura-del-brote-.php>

Sobre evolución del covid-19

Siga los portales de la [OMS](#), y su [página de últimas noticias sobre el virus en español](#).

También están los [Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades](#) (en español) de los Estados Unidos y el portal de [Public Health England](#) del Reino Unido. .

La red de periodistas de Distintas Latitudes ha compilado esta [guía](#) con información sobre los protocolos que se deben seguir en cada país de América Latina, e información clave sobre las autoridades responsables del manejo de la crisis.

<https://distintaslatitudes.net/explicadores/coronavirus-america-latina>

“es hora de instalar la idea de que los venezolanos son parte de Colombia”

Periodistas contra la xenofobia en crisis de COVID-19

**somos
panas
colombia.com**

UNA CAMPAÑA DE:



**UNHCR
ACNUR**
La Agencia de la ONU
para los Refugiados