

Cubrimiento de la migración venezolana en los medios de comunicación de América Latina

El proceso de integración de los migrantes en el país de acogida incluye también la forma en que son transmitidos los mensajes a través de los diferentes medios de comunicación.

Boletín 14



Foto: Pixabay

- PAG. 2 – Cubrimiento de la migración en los medios de comunicación a nivel internacional
- PAG. 3 – Percepción de la migración venezolana desde los medios de comunicación en Latinoamérica
- PAG. 7 – Conclusiones

Desde el 2015, 5,2 millones de venezolanos han salido de su país, según cifras de la plataforma *Response for Venezuelans (RAV)*, con corte a julio de 2020. Razones económicas y políticas obligaron a la población a migrar con destino a países, sobre todo, de Latinoamérica, por su cercanía y menores costos de viaje. Los medios de comunicación han cumplido un rol fundamental a la hora de informar acerca de los servicios que el Gobierno y las organizaciones dispusieron para su atención en salud, educación, regularización, entre otros servicios. Sin embargo, por ser la primera vez que se recibe un número tan significativo de migrantes, el trato no fue el más efectivo al principio, y aún ahora queda mucho por aprender.

El objetivo de este documento es dar a conocer la percepción de los periodistas y comunicadores sobre el manejo de la migración en los medios de comunicación. El documento está dividido en tres partes. Primero, se muestra el trato que los medios de comunicación le dan a los migrantes a nivel internacional. En segundo lugar, se presentan los resultados de una encuesta realizada a periodistas latinoamericanos sobre la cobertura del fenómeno migratorio. Finalmente, se realizan algunas recomendaciones.

I. CUBRIMIENTO DE LA MIGRACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL

En la actualidad, la migración es uno de los temas que ha generado mayor controversia en el mundo. Los mensajes transmitidos a través de medios de comunicación, incluyendo las redes sociales, han sido objeto de múltiples interpretaciones y reacciones. Su manejo y enfoque dependen, en especial, de tres aspectos:

- Entorno cultural
- Grados de libertad de expresión que tengan quienes transmiten la información
- Pensamiento crítico del periodista

Este último ítem hace un énfasis especial en lo que se denomina **encuadre noticioso** (*news frame*), definido por Entman (1993) como un proceso en el que **se seleccionan algunos aspectos de la realidad, a los que les otorgará un mayor énfasis** o importancia, de manera que se define el problema, se diagnostican sus causas, se sugieren juicios morales y se proponen soluciones y conductas apropiadas a seguir (Ardèvol-Abreu, 2015).



Foto: César García

El poder del cuadro noticioso que poseen tanto el emisor como el medio donde se transmite la información, puede generar una reflexión asertiva y evitar los mitos alrededor del desconocimiento y la desinformación. En caso contrario, puede lograr un aumento de prejuicios o discriminación. Para ambos casos, la velocidad con la que se replica la información negativa suele ser mayor a la que se observa cuando se transmiten mensajes positivos. Temas de inseguridad, desplazamiento de mano de obra local, colapso del sistema de salud, entre otros, son los que más expresan sentimientos negativos en redes sociales relacionados con la migración¹.

De hecho, gran parte de los datos empíricos procedentes de las investigaciones demuestran que los medios de comunicación de todo el mundo asocian la migración con las malas noticias (OIM, 2018). Sean países desarrollados o en vía de desarrollo, los mensajes no solo sobre migración, sino a nivel general, tienden a enfocarse en los problemas sociales más que en noticias positivas.

Pese a lo anterior, no siempre se trabaja la migración con enfoque negativo. Con el tiempo, ha ido cambiando su aproximación y

EFFECTOS SOCIOCOGNITIVOS DE LOS ENCUADRES NOTICIOSOS DE LA INMIGRACIÓN

Uno de los escasos estudios experimentales realizados hasta la fecha sobre los efectos de los encuadres noticiosos de la inmigración fue el desarrollado por Domke, McCoy y Torres (1999). En su estudio, manipularon un artículo de prensa en el que tres candidatos políticos exponían sus puntos de vista sobre la inmigración, creando dos versiones en función del tipo de encuadre noticioso dominante (consecuencias económicas *versus* enfoque moral). Se observó que los encuadres noticiosos sobre la inmigración no solo canalizaban las respuestas cognitivas, sino que también contribuían de manera indirecta a la formación de juicios sociales sobre ese tema.

Fuente: Tomado de Igartua, Otero, Muñiz, Cheng, & Gómez, 2007.

¹ Ver Informe de escucha de redes de 2019 publicado por el Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. Disponible en: <https://migra venezuela.com/web/articulo/percepcion-en-redes-sobre-la-migracion-venezolana/1861>

cobertura en algunos países. Por ejemplo, en Suiza y Vietnam se ha observado un aumento de noticias positivas; en Nueva Zelanda, desde el año 2000, los periódicos dieron una cobertura más amable al tema migratorio (OIM, 2018).

El papel que han venido desempeñando las organizaciones internacionales y los mismos gobiernos demuestran la importancia de explicar los lineamientos para el buen manejo y difusión de información.

II. PERCEPCIÓN DE LA MIGRACIÓN VENEZOLANA DESDE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LATINOAMÉRICA

La migración venezolana representa un reto para periodistas, comunicadores sociales y, en general, para todas las personas que participan en el ejercicio de transmitir información a través de diferentes medios de comunicación. Su magnitud deja al descubierto la inexperiencia en la cobertura de este tipo de temas en América Latina.

La velocidad y el tamaño de la migración por causas económicas y sociales llama de forma permanente la atención de las audiencias. Por esto, se hace necesario conocer cómo evoluciona la percepción del público en general², así como también la percepción de quienes transmiten casi a diario noticias relacionadas con la migración por televisión, periódicos, radios o revistas. Lo anterior, dado que son ellos, además de las entidades estatales y organizaciones internacionales, quienes tienen la posibilidad de despejar dudas y generar información.

• MEDICIÓN DE LA PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS SOBRE LA MIGRACIÓN VENEZOLANA

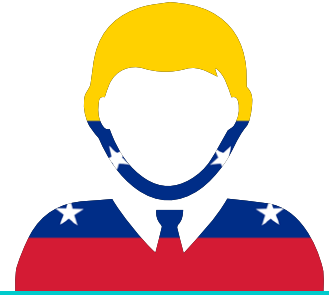
Para medir la percepción de los medios de comunicación sobre el proceso de integración de la población venezolana, el Proyecto Migración Venezuela realizó una encuesta dirigida a 106 comunicadores y periodistas de diferentes países de América Latina.

El formulario fue compartido a través de un link para dispositivos móviles en noviembre del 2019. La encuesta, como ejercicio de percepción, no es representativa; sin embargo, es una muestra de lo que sucede al interior de los medios de comunicación.

Las respuestas se clasificaron en positivas, neutras y negativas. Cada categoría representa el sentimiento que se infiere de la respuesta con relación a la migración.

Entre los entrevistados participaron reporteros (43 %), editores (28 %), encargados de redes sociales (15 %), directores de medios (9 %) y jefes de prensa (5 %). La mayoría, de nacionalidad colombiana, y también de países como Perú, Ecuador, México, Chile, República Dominicana, Argentina y Costa Rica. El 56 % de los encuestados fueron mujeres y el 44 % hombres. Por grupos de edad, el 12 % tenía entre 18 y 22 años, el 43 % se ubicaba entre los 25 y 34 años, y el 45 % era mayor de 34 años.

Entre las organizaciones a las que hacían parte, se encontraron variedad de canales de información tales como periódicos o revistas en papel, medios *online*, canales de televisión o emisoras de radio, entre otros (Gráfico 1).

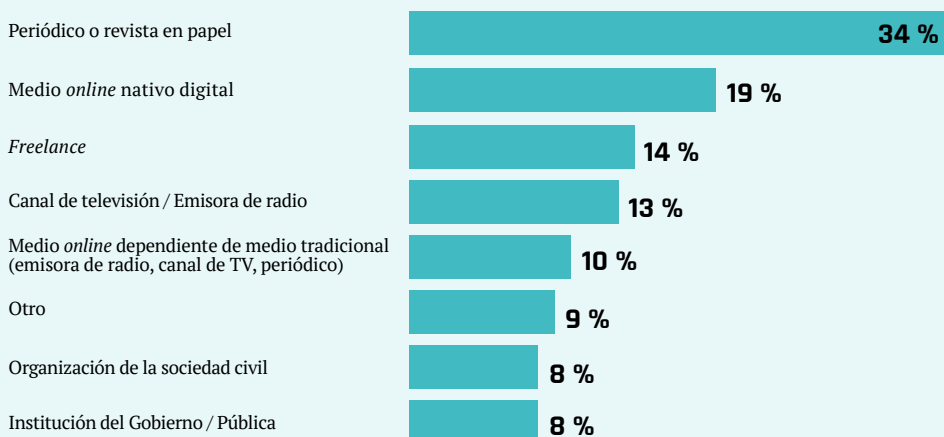


“Los grandes medios no quieren publicar este tipo de historias —positivas—, porque para ellos solo vende la violencia, el orden público, la guerrilla, los grupos armados”.

Periodista asistente a los talleres de reflexión y cobertura periodística de la migración realizados por el Proyecto Migración Venezuela y OIM, 2019.

GRÁFICO 1. TIPO DE ORGANIZACIÓN PARA LA QUE TRABAJA

LA ENCUESTA TUVO LA PARTICIPACIÓN DE MEDIOS QUE TRANSMITÍAN A TRAVÉS DE DIFERENTES CANALES.



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

²Ver boletín sobre la percepción de la integración de los migrantes en Colombia en tiempos de coronavirus de 2020, publicado por el Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. Disponible en: <https://migravenezuela.com/web/articulo/percepcion-de-los-colombianos-sobre-los-migrantes-en-tiempos-de-coronavirus/1924>

Percepción del impacto y costos de la migración

Los resultados de la encuesta indican que el 57 % de los periodistas están de acuerdo con que los migrantes representan una oportunidad para el país de acogida. Respuesta que se valida con el 60 % de los encuestados, quienes consideran que la migración no representa un problema general (Tabla 1).

En cuanto al impacto económico de la migración, el 56 % de los encuestados cree que la migración venezolana representa una oportunidad económica para su país. Lo que se ratifica en menor proporción con el 49 % de los encuestados que no considera que la migración representa un problema económico.

Cuando una pregunta es formulada de forma negativa, por ejemplo: ¿considera que la migración es un problema?, en vez de ¿considera que la migración es una oportunidad?, se induce a los encuestados a una respuesta también negativa. Realizar ambas preguntas resulta útil como mecanismo de validación dado que, permite verificar y comparar las respuestas (Tabla 1).

Respecto a los costos que podría representar acoger a los migrantes, un 60 % respondió no estar de acuerdo con que muchos recursos del Estado se están gastando en asistencia social y la ayuda internacional se está usando para atender a los venezolanos, en lugar de a los nacionales pobres (Gráfico 2). Un porcentaje menor (52 %) dijo no estar de acuerdo con afirmar que los venezolanos están colapsando el sistema de salud del país que los acoge.

El 82 % de los periodistas encuestados se mostraron en desacuerdo con la afirmación “los migrantes venezolanos no le aportan nada al país”; el 74 % estuvo en desacuerdo

TABLA 1. PERCEPCIÓN DE LOS PERIODISTAS SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO DE LA MIGRACIÓN

LA MAYORÍA DE LOS ENCUESTADOS PERCIBEN LA MIGRACIÓN COMO UNA OPORTUNIDAD.

Tipo de respuesta

Positiva Neutral Negativa

LA MIGRACIÓN VENEZOLANA REPRESENTA	COMPLETAMENTE DE ACUERDO / DE ACUERDO	NEUTRAL	COMPLETAMENTE EN DESACUERDO / DESACUERDO
Una oportunidad en general para nuestro país	57 %	30 %	13 %
Un problema general (afecta negativamente las condiciones de vida de los habitantes de los países que los reciben)	18 %	22 %	60 %
Una oportunidad económica para nuestro país	56 %	27 %	17 %
Un problema económico (los beneficios son pequeños o no existentes, comparados con los costos de atender a los migrantes).	24 %	27 %	49 %

Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

GRÁFICO 2. PERCEPCIÓN DE LOS COSTOS E IMPACTOS DE LA MIGRACIÓN

POCO MÁS DE LA MITAD DE LOS ENCUESTADOS NO CONSIDERA LA MIGRACIÓN COMO UN COSTO PARA EL ESTADO.

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?



Tipo de respuesta

Negativa Completamente de acuerdo / De acuerdo
Neutral Neutral
Positiva Completamente en desacuerdo / Desacuerdo

Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.



Foto: Diana Rey

con la afirmación “de Venezuela está llegando la peor gente”; y un 64 % está en desacuerdo con que los migrantes venezolanos les están quitando el empleo (Gráfico 3).

Seguridad

El crimen y la inseguridad deben ser tratados de manera especial. Se recomienda presentar las cifras de una manera proporcional; es decir, la relación entre la población migrante frente al total de población de acogida.

A la afirmación de si los migrantes eran responsables del incremento de crimen y la inseguridad, el 69 % de los periodistas y comunicadores encuestados respondieron estar en desacuerdo con dicha afirmación (Gráfico 4).

IMPACTO ACTITUDINAL Y CANALIZACIÓN COGNITIVA DE ESTEREOTIPOS SOBRE LA INMIGRACIÓN A TRAVÉS DE LAS NOTICIAS

Los resultados del estudio en España arrojaron que, ante una noticia que narraba un acto delictivo de gran violencia, y en la que se habían manipulado la información sobre el origen de los delincuentes y el lugar de los hechos (implicación), se contrastó que los participantes mostraban una actitud más negativa y experimentaron más emociones negativas hacia los inmigrantes cuando leyeron una noticia protagonizada por delincuentes etiquetados como inmigrantes y la implicación –con el delito– era baja.

Fuente: Tomado de Igartua J., 2013.

Percepción sobre la llegada y la regularización de los migrantes venezolanos

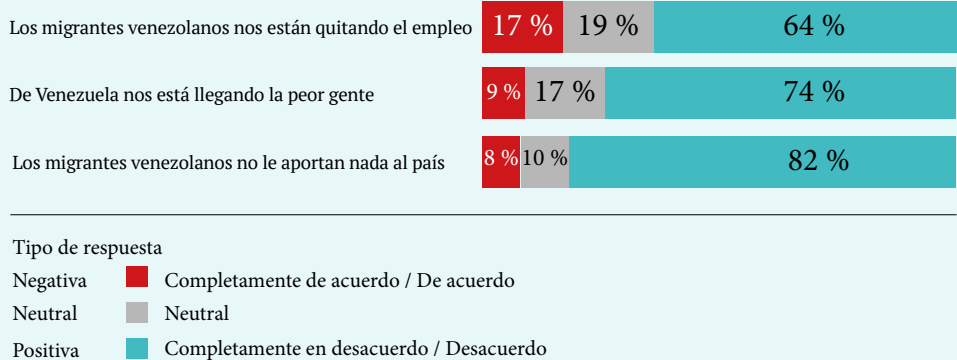
Sobre el proceso de regularización y el cierre de las fronteras, los encuestados no consideran que los venezolanos estén invadiendo su país (71 %) o que sea necesario restringir su ingreso o cerrar la frontera (81 %). No obstante, solo la mitad de los encuestados dijo estar en desacuerdo con que la regularización de los migrantes estimulará la llegada de muchos más (Gráfico 5).

Aspectos importantes para una buena historia sobre migración venezolana

Los encuestados consideran que una buena historia sobre migración debe contener principalmente una representación y explicación

GRÁFICO 3. PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS Y APORTES DE LA MIGRACIÓN

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?

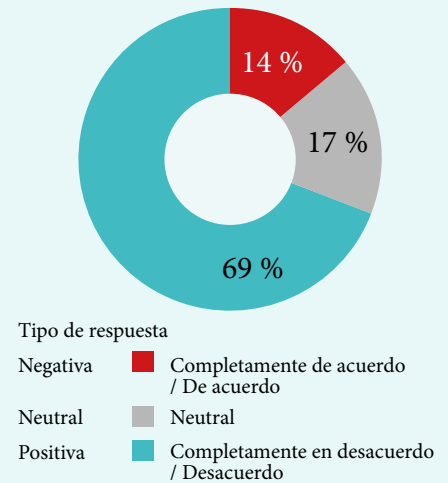


Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, con corte a noviembre de 2019.



GRÁFICO 4. PERCEPCIÓN SOBRE EL CRIMEN Y LA INSEGURIDAD

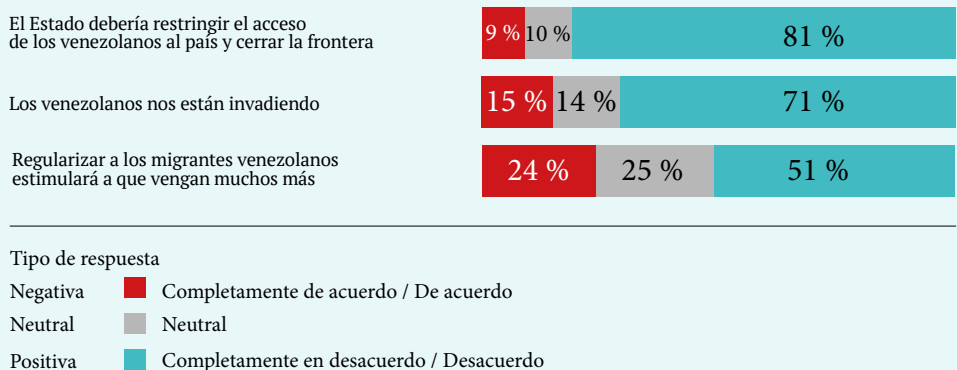
¿Los migrantes venezolanos son responsables del incremento del crimen y la inseguridad?



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

GRÁFICO 5. PERCEPCIÓN DE LA LLEGADA Y REGULARIZACIÓN DE MIGRANTES

¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con las siguientes afirmaciones?



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

de las necesidades y vidas de los migrantes, así como también debe sensibilizar a los lectores sobre los derechos que tienen. Adicionalmente, piensan que es importante que la historia debe ser constructiva, imparcial y debe contar a los migrantes cómo adaptarse e integrarse en las comunidades de acogida (Gráfico 6).

La mitad de los encuestados considera que una buena historia debe contener experiencias relacionadas con el tipo de audiencia del medio de comunicación en específico. Tan solo el 25 % de los encuestados cree que es necesario involucrar la migración con un conflicto de alguna clase.



Foto: César García

De igual manera, la mayoría de los encuestados estuvieron de acuerdo con la necesidad de contar historias que difundan información sobre el respeto mutuo y el entendimiento entre los migrantes y las comunidades receptoras, sobre los derechos de los migrantes, su integración y sus habilidades (Gráfico 7). También resaltaron la importancia del impacto de la migración en la cultura, la economía y el empleo. Un porcentaje inferior estuvo de acuerdo con que es importante destacar los problemas en Venezuela, el impacto de la migración venezolana en la seguridad nacional, y la discriminación y xenofobia (Gráfico 7).

Pertinencia de los contenidos

Sobre si sienten o no la obligación de publicar ciertas historias sin importar si son atractivas para la audiencia, 6 de cada 10 encuestados respondieron que es una obligación ética

GRÁFICO 6. FACTORES QUE DETERMINAN UNA BUENA HISTORIA SOBRE MIGRACIÓN

Es importante que una buena historia sobre la migración venezolana:



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

GRÁFICO 7. OPINIÓN ACERCA DE LO QUE SE DEBERÍA DESTACAR EN UNA HISTORIA SOBRE MIGRACIÓN

En el ejercicio periodístico es importante destacar en relación con la migración venezolana:



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

GRÁFICO 8. NECESIDAD DE LOS CONTENIDOS PUBLICADOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Gráfico 8A. Cree que los periodistas sí tienen la obligación de contar ciertas historias, porque:

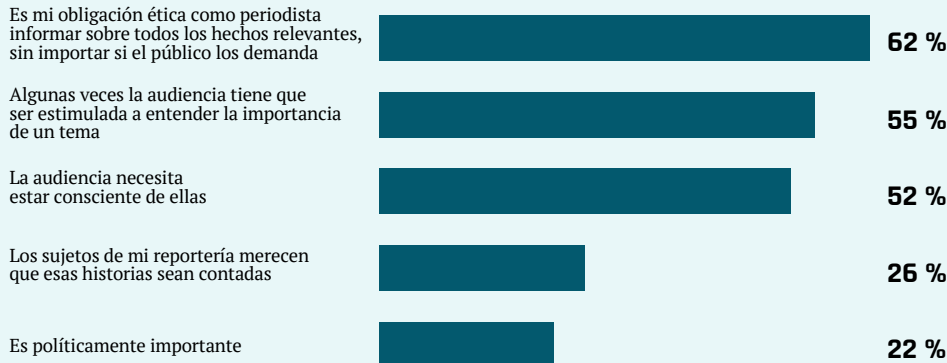
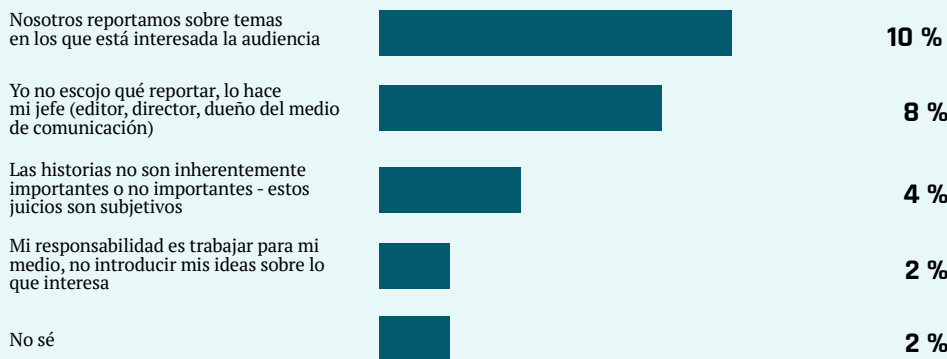


Foto: Archivo Semana

Gráfico 8B. Cree que los periodistas no tienen la obligación de contar ciertas historias, porque:



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

como periodistas informar sobre todos los hechos relevantes, sin importar si el público lo demanda (Gráfico 8A).

Cerca de la mitad de los encuestados cree también que se debe estimular a la audiencia con el fin de generar importancia a los temas abordados, así como es necesario que sean conscientes de esa información.

Solo 1 de cada 10 encuestados dijo que no está en la obligación de contar las historias, lo que debe ser reportar sobre temas en los que se interesa la audiencia. Aunque muchos de ellos señalaron que no tienen la obligación de publicar ciertos contenidos, también expresaron que no tienen otra alternativa; el 8 % de los encuestados dijeron que no escogen lo que reportan y el 2 % considera que su responsabilidad es trabajar para el medio, más no introducir sus ideas (Gráfico 8B).

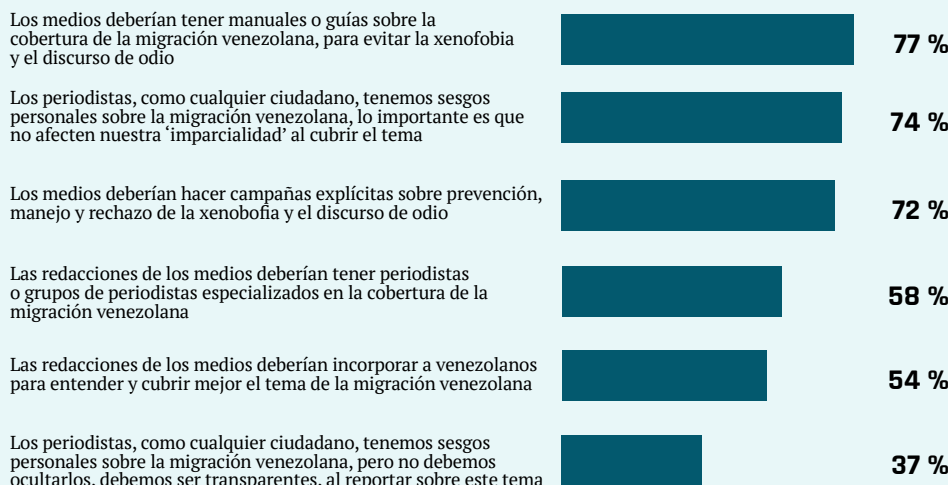
Acerca del trato de la información relacionada con la migración a nivel interno en los medios de comunicación, el 77 % de los encuestados afirmó estar de acuerdo con que deberían existir manuales o guías sobre la cobertura de la migración venezolana, para combatir la xenofobia y el discurso de odio (Gráfico 9).

El 74 % de los encuestados considera también que los sesgos personales no deben interferir ni afectar la imparcialidad en el cubrimiento de la noticia. Un 72 % cree que los medios deberían realizar campañas explícitas en contra de la xenofobia y el discurso de odio.

De acuerdo con los encuestados, los consejos de redacción³ deberían incluir periodistas especializados en el tema migratorio o incluso migrantes. Esto, desde luego, facilitaría el uso correcto de la información (Gráfico 9).

GRÁFICO 9. MANEJO DE LOS TEMAS MIGRATORIOS A NIVEL INTERNO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

¿Está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la dinámica interna de los medios para cubrir la migración venezolana?



Fuente: Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en la encuesta a comunicadores y periodistas, noviembre de 2019.

³ Espacios usados comúnmente por las áreas de comunicaciones de las organizaciones para debatir y socializar los temas a trabajar.



Foto: Miguel Galezzo

• CONTRIBUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A LOS VENEZOLANOS EN COLOMBIA

De otro lado, según la encuesta a migrantes venezolanos realizada por el Observatorio del Proyecto Migración Venezuela en febrero de 2019, los venezolanos consideran que los medios, en cierto modo, favorecen su integración en Colombia, dado que 4 de cada 10 venezolanos encuestados⁴ así lo afirmaron (Gráfico 10).

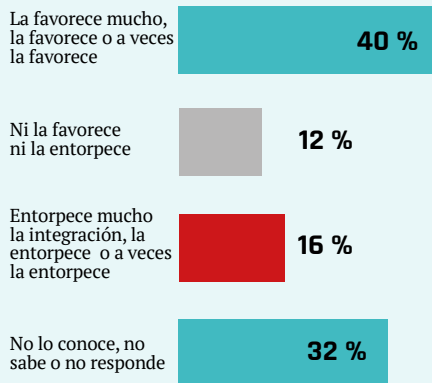
El 12 % no considera que afecte a la integración y un 16 % considera que la entorpece. El 32 % no sabe o prefiere no responder si los medios contribuyen o no a su integración.

La mayoría de los migrantes afirman que son sus familiares o amigos por quienes se enteran de información referente a acceso a servicios. El uso de las redes sociales es también importante, dado que el 42 % las utiliza para informarse⁵ (Gráfico 11).

El 30 % de los venezolanos encuestados se informa también sobre trámites migratorios y asesorías a través de televisión, y un 17 % a través radio (Gráfico 11).

GRÁFICO 10. APORTES DE LOS MEDIOS A LOS MIGRANTES VENEZOLANOS

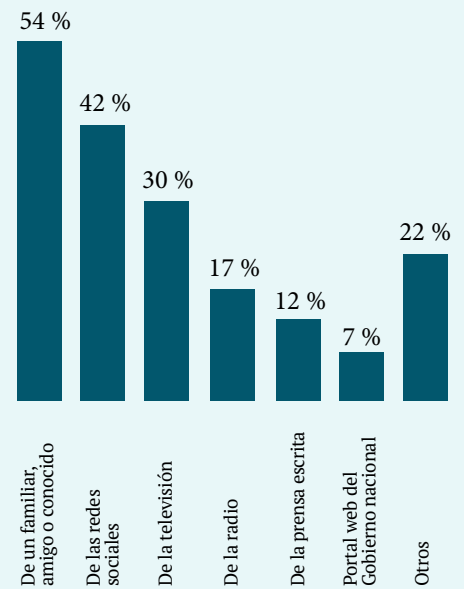
¿Qué tanto contribuyen los medios de comunicación a la integración de los venezolanos en Colombia?



Fuente: Cálculos del Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en Encuesta a migrantes venezolanos en Colombia, febrero 2019.

GRÁFICO 11. MEDIOS POR LOS QUE PREFIEREN INFORMARSE LOS MIGRANTES VENEZOLANOS

¿Puede indicarnos a través de cuáles fuentes de información recibe usted información sobre trámites migratorios, asesorías para los migrantes venezolanos, etc.?



Fuente: Cálculos del Observatorio del Proyecto Migración Venezuela con base en Encuesta a migrantes venezolanos en Colombia, febrero 2019.

⁴ Ver boletines sobre los avances de la integración de los migrantes venezolanos en Bogotá, Cali, Cúcuta, Medellín y Barranquilla. Disponibles en: <https://migravenezuela.com/web/articulo/venezolanos-en-barranquilla/1567>

⁵ Ver visualización: La huella de los migrantes en Facebook. Disponible en: <https://migravenezuela.com/web/articulo/venezolanos-en-colombia-a-traves-de-facebook/707>

⁶ Ver el informe "La xenofobia se previene y combate con buen periodismo". Disponible en: <https://migravenezuela.com/web/articulo/manual-para-periodistas-para-cubrir-la-migracion-y-evitar-la-xenofobia/1788>

III. CONCLUSIONES

La migración venezolana en Latinoamérica, por su velocidad y dimensión, representa un gran reto; no solo para los Gobiernos de los países de acogida, sino también para entidades privadas, en especial, para los medios de comunicación. El aprendizaje para los periodistas, comunicadores sociales y, en general, todos aquellos que se encargan de transmitir información, ha tenido que hacerse sobre la marcha.

Desde el Observatorio del Proyecto Migración Venezuela se han realizado varios talleres con periodistas, con el fin de contar con un cubrimiento periodístico de la migración con un enfoque de derechos humanos que permita prevenir la xenofobia en Colombia⁶. Los comentarios recibidos en los talleres, así como los periodistas y comunicadores encuestados en diferentes países de Latinoamérica, manifestaron la necesidad de contar con lineamientos y capacitaciones por parte de especialistas en temas migratorios.

La percepción que tienen los encuestados acerca del impacto de la migración en la

economía, el empleo, la seguridad y medidas de integración, podría estar incidiendo en la percepción que tienen las personas del común sobre el tema. Lo anterior, dado que los medios tienen una importante responsabilidad en la formación de opinión pública.

También consideran que las buenas historias sobre migración deben mostrar las necesidades de los migrantes, así como sus historias de vida, esperando con ello sensibilizar a su audiencia. Creen que es importante difundir información que promueva la integración de la población migrante, sus derechos, habilidades y difundir el respeto mutuo.

Aunque señalan que la base del periodismo debe ser la imparcialidad, se enfrentan a una era digital que basa sus contenidos en audiencias, por lo que este tipo de temas tan sensibles para la población de acogida deberían manejarse con mayor precaución desde las diferentes direcciones, con el fin de evitar brotes de xenofobia (Observatorio del Proyecto Migración Venezuela, 2019).



Foto: Archivo Semana

BIBLIOGRAFÍA

Ardóvil-Abreu, A. (2015). *Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España*. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1053/RLCS-paper1053.pdf>

Igartua, J. (2013). *Impacto actitudinal y canalización cognitiva de estereotipos sobre la inmigración a través de las noticias*. Obtenido de http://www.revistalatinacs.org/068/paper/992_Salamanca/RLCS_paper992.pdf

Igartua, J. J., Otero, J., Muñoz, C., Cheng, L., & Gómez, J. (Enero de 2007). *Efectos socio-cognitivos de los encuadres noticiosos de la inmigración. Una investigación experimental*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3238039>

iMMAP. (28 de Abril de 2020). *La huella de los migrantes en*

Facebook. Obtenido de <https://migravenezuela.com/web/articulo/venezolanos-en-colombia-a-traves-de-facebook/707>

Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. (08 de Noviembre de 2019). *Avances de la integración de los migrantes venezolanos en Barranquilla*. Obtenido de <https://migravenezuela.com/web/articulo/venezolanos-en-barranquilla/1567>

Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. (Noviembre de 2019). *Encuesta sobre la percepción de la migración venezolana a periodistas en Latinoamérica*.

Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. (31 de Marzo de 2020). *La xenofobia se previene y combate con buen periodismo*. Obtenido de <https://migravenezuela.com/web/articulo/manual-para-periodistas-para->

[cubrir-la-migracion-y-evitar-la-xenofobia/1788](https://migravenezuela.com/web/articulo/cubrir-la-migracion-y-evitar-la-xenofobia/1788)

Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. (29 de Abril de 2020). *Informe de escucha de redes de 2019*. Obtenido de <https://migravenezuela.com/web/articulo/percepcion-en-redes-sobre-la-migracion-venezolana/1861>

Observatorio del Proyecto Migración Venezuela. (29 de Mayo de 2020). *Percepción de la integración de los migrantes en Colombia en tiempos de coronavirus*. Obtenido de <https://migravenezuela.com/web/articulo/percepcion-de-los-colombianos-sobre-los-migrantes-en-tiempos-de-coronavirus/1924>

OIM. (2018). *Informe sobre las migraciones en el mundo 2018*. Obtenido de https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_sp.pdf

Es un producto de Proyectos Semana S.A. financiado con el apoyo de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), a través del programa de Alianzas para la Reconciliación operado en Colombia por ACDI/VOCA. Los contenidos son responsabilidad de Proyectos Semana S.A. y no necesariamente reflejan las opiniones de USAID o del Gobierno de Estados Unidos.



Director:

Alejandro Santos Rubino

Gerente del proyecto:

Alejandra Corchuelo Marmolejo

Directora del proyecto:

Adriana Sabogal Moreno

Editor General:

Andrés Leonardo Rosales García

Profesional en Economía:

Ana María Restrepo

Diseñadora:

Carolina Pérez Sánchez

Proyectos Semana S. A.

Gerente general:

Sandra Suárez Pérez

Directora de coordinación y producción editorial

Angélica Sánchez

Gerente de audiencias:

Adriana Méndez

Gerente administrativa:

Carol Ramírez

Gerente de Finanzas y Planeación:

Miguel Cepeda Ramos

Directora de contabilidad:

Consuelo Quintero

Jefe de tesorería:

Ligia Yaneth Gómez Cuellar

Directora de servicios administrativos:

Norcy Janeth Sánchez Panche

Gerente jurídico:

Julia Inés Prado Cantillo